LAST UPDATE【2015/09/11】

ザッパラス｜3770｜

Research Report by Shared Research Inc.

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。ブルームバーグ端末経由でも受け付けております。

LAST UPDATE【2015/09/11】

目次

要約 ---- **3**
主要経営指標の推移 ---- **4**
直近更新内容 ---- **5**
概 略 ---- 5
業績動向 ---- **6**
四半期業績動向 ---- 6
今期の会社計画 ---- 9
中期見通し及び、経営戦略 ---- 12
事業内容 ---- **13**
ビジネス概要 ---- 13
収益性分析 ---- 22
市場とバリューチェーン ---- 23
SW（Strengths, Weaknesses） 分析 ---- 26
過去の実績および財務諸表 ---- **27**
過去の実績 ---- 27
損益計算書 ---- 40
貸借対照表 ---- 41
ニュース＆トピックス ---- **42**
その他情報 ---- **43**
沿革 ---- 43
大株主 ---- 44
トップマネジメント ---- 44
株主還元 ---- 44
企業概要 ---- 45

要約

占いを中心としたデジタルコンテンツ配信を軸に事業展開を拡充

- 株式会社ザッパラスは占いを中心としたデジタルコンテンツ配信を主力事業とするインターネット企業である。同社では、このコンテンツ提供を通じ、ユーザーの属性、利用履歴、行動履歴から、嗜好性、心理・行動傾向をパターン化し分析すること（CRM）を強みとし、これらデータベースを活用しユーザーに合ったコンテンツや商品・サービスをメルマガ・リンク等を活用し訴求する手法を用いてビジネス展開している。
- 設立当初は、（株）NTTドコモ（東証1部9437）のiモードサービスの開始（2000年）に伴い、様々なコンテンツの配信を行っていた。マザーズに上場（2005年5月に上場）する意思決定を下した際に、事業戦略を明確化し、占いコンテンツを軸に事業を展開していくことにした。占いコンテンツをビジネスドメインにした背景は、①日常の悩みや関心（恋愛、金運、仕事など）を題材とした運勢は毎日変化するため、ユーザーに毎日閲覧する動機を与える、②占いユーザーは自分の属性等の正確なデータを入力することになるため、そのデータベースが占い以外の事業のマーケティングに有効であることが挙げられる。（後述の「事業内容」の項参照）

業績動向

- 同社では、キャリア経由で行う広告集客モデルから脱却し、顧客に対する独自のコンタクトポイントを確立しようとしている。その顧客へのコンタクトポイントを図る指標として同社が注目しているのが同社が提供する独自メディアのPV数である。このため、2014年4月期からはユーザーに対するコンタクトポンイント拡充の一環として、PV数の増加に注力している。
- 2016年4月期第１四半期の売上高は1,447百万円（前年同期比13.8%減）、営業利益は109万円（同82.1%増）、経常利益は177百万円（同178.4%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は197百万円（同282.0%増）となった。キャリア公式サイトの売上高が減少したことに加え、株式会社ビーバイイーが株式譲渡により連結子会社でなくなった影響により減収となった。利益面については、当該株式譲渡に伴い人件費や広告宣伝費等の販管費が減少したことにより営業利益が増加した。経常利益、及び四半期純利益については、関係会社株式売却損やのれん減損損失等特別損失の計上はあったものの、為替差益64百万円（前年同期は３百万円）や投資有価証券売却益154百万円（前年同期はなし）の計上により大幅増益となった。
- 2016年4月期は、売上高7,450百万円（前期比1.7%減）、営業利益は0百万円を見込む。同社は、引き続きユーザーのニーズに合致したコンテンツ・サービスの拡充と、潜在ユーザーとのコンタクトポイントを拡大していくことで、顧客基盤を確立・強化し、中長期での企業価値向上を目指すとしている。（後述の「業績動向」の項参照）

同社の強みと弱み

SR社では同社の強みを、高い収益力、F1層（20～34歳女性）、F2層（35 ~49歳女性）からの高い支持、監修者に対するブランド力、の3点だと考えている。一方、弱みは、レガシープラットフォームへの依存の高さ、既存事業がニッチ市場へ特化、既存事業が国内市場に依存にあると考えている。（後述の「SW（Strengths, Weaknesses）分析」の項参照）

主要経営指標の推移

損益計算書（百万円）	08年4月期 連結	09年4月期 連結	10年4月期 連結	11年4月期 連結	12年4月期 連結	13年4月期 連結	14年4月期 連結	15年4月期 連結	16年4月期 会社予想
売上高	**8,551**	**10,308**	**11,225**	**11,813**	**10,088**	**8,890**	**8,155**	**7,582**	**7,450**
前年比	23.2%	20.6%	8.9%	5.2%	-14.6%	-11.9%	-8.3%	-7.0%	-1.7%
うち、コンテンツ事業	6,509	8,079	8,828	8,920	7,911	6,741	5,644	4,408	
コマース関連事業	1,655	1,938	2,085	2,640	1,811	1,649	1,620	1,686	
海外事業	-	-	-	-	-	141	495	517	
その他事業	386	291	312	253	366	359	396	971	
売上総利益	5,091	6,671	7,580	7,800	6,861	6,118	5,396	4,549	
前年比	34.5%	31.0%	13.6%	2.9%	-12.0%	-10.8%	-11.8%	-15.7%	
売上総利益率	59.5%	64.7%	67.5%	66.0%	68.0%	68.8%	66.2%	60.0%	
営業利益	1,871	2,709	3,016	3,073	2,584	1,423	722	517	0
前年比	49.5%	44.8%	11.3%	1.9%	-15.9%	-44.9%	-49.2%	-28.4%	-
営業利益率	21.9%	26.3%	26.9%	26.0%	25.6%	16.0%	8.9%	6.8%	
うち、コンテンツ事業	2,370	3,152	3,526	3,786	3,234	2,536	1,948	1,637	
コマース関連事業	-4	129	187	93	-85	-71	-164	-194	
海外事業	-	-	-	-	-	-1	-78	-83	
その他事業	-7	59	-1	42	128	-285	-380	-158	
経常利益	1,883	2,696	3,041	3,090	2,594	1,655	752	729	
前年比	50.3%	43.2%	12.8%	1.6%	-16.0%	-36.2%	-54.5%	-3.2%	
経常利益率	22.0%	26.2%	27.1%	26.2%	25.7%	18.6%	9.2%	9.6%	
当期純利益	**1,028**	**1,581**	**1,532**	**1,626**	**1,579**	**917**	**376**	**242**	
前年比	54.6%	53.8%	-3.1%	6.1%	-2.9%	-41.9%	-59.0%	-35.5%	
純利益率	12.0%	15.3%	13.7%	13.8%	15.7%	10.3%	4.6%	3.2%	
一株当たりデータ（円、株式分割調整後）									
期末発行済株式数	13,102	13,276	13,346	13,411	13,471	13,531	13,651	13,651	
EPS	79.25	119.66	116.0	131.1	126.7	73.0	29.7	19.0	-
EPS （潜在株式調整後）	75.76	116.10	113.4	128.7	124.6	72.3	29.6	-	
DPS	25.00	40.00	42.00	42.00	42.00	42.00	22.00	10.00	-
BPS	377.80	469.95	465.2	552.6	635.6	661.8	652.7	663.8	
貸借対照表 （百万円）									
現金・預金・有価証券	3,481	4,344	3,781	4,687	4,800	4,693	5,081	5,738	
流動資産合計	**5,544**	**6,721**	**5,880**	**7,264**	**7,098**	**6,724**	**6,879**	**7,277**	
有形固定資産	116	86	144	137	175	137	129	89	
投資その他の資産計	633	893	1,052	1,042	1,053	850	864	1,088	
無形固定資産	413	449	468	331	1,092	2,415	2,185	1,714	
資産合計	**6,705**	**8,148**	**7,544**	**8,774**	**9,417**	**10,126**	**10,057**	**10,169**	
買掛金	535	540	480	487	332	304	377	349	
短期有利子負債	-	-	-	-	32	191	184	194	
流動負債合計	**1,726**	**1,870**	**1,738**	**1,846**	**1,320**	**1,085**	**1,182**	**1,337**	
長期有利子負債	-	-	-	-	63	631	484	341	
固定負債合計	**0**	**2**	**0**	**0**	**64**	**632**	**485**	**341**	
負債合計	**1,726**	**1,872**	**1,738**	**1,846**	**1,384**	**1,716**	**1,667**	**1,678**	
純資産合計	**4,980**	**6,276**	**5,806**	**6,928**	**8,033**	**8,410**	**8,390**	**8,491**	
有利子負債（短期及び長期）	0	0	0	0	95	821	668	535	
キャッシュフロー計算書 （百万円）									
営業活動によるキャッシュフロー	1,244	1,671	2,084	1,725	1,637	1,475	1,313	1,124	
投資活動によるキャッシュフロー	-651	-214	-329	-411	-841	-2,126	-272	-88	
財務活動によるキャッシュフロー	-154	-294	-2,018	-508	-584	213	-660	-416	
財務指標									
総資産経常利益率（ROA）	16.8%	21.3%	38.8%	37.9%	28.5%	16.9%	7.5%	7.2%	
自己資本利益率（ROE）	22.8%	28.3%	25.4%	25.5%	21.1%	11.2%	4.5%	2.9%	
自己資本比率	73.8%	76.6%	76.3%	78.4%	84.4%	82.4%	82.6%	83.1%	

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**売上総利益は返品調整引当金の調整額を除いて記載している。
***2014年4月期に1:100の株式分割を実施。

直近更新内容

概 略

2015年9月11日、株式会社ザッパラスは2016年4月期第1四半期決算を発表した。
（決算短信へのリンクはこちら、詳細は2016年4月期第1四半期決算項目を参照）

2015年7月31日、同社は、子会社の異動（株式譲渡）および特別利益の発生について発表した。
（リリース文へのリンクはこちら）

同社は2015 年７月31 日開催の取締役会において、オンラインショッピングサイト「藤巻百貨店」を運営する連結子会社である株式会社caramoの株式の全てをトランス・コスモス株式会社(東証1部　3715)に譲渡することを決議した。この株式譲渡によりcaramo社は同社の連結子会社から除外される。同社では、本株式譲渡に伴い2016 年４月期第２四半期において特別利益235百万円を計上する予定であるとしている。

2015年7月2日、2015年4月期通期決算および、同社への取材を踏まえ、レポート内容を更新した。

2015年6月12日、同社は2015年4月期通期決算を発表した。

3ヵ月以上経過した会社発表はニュース＆トピックスへ

業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移	15年4月期				16年4月期				16年4月期	
（百万円）	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	（進捗率）	通期会予
売上高	1,678	2,091	1,800	2,013	1,447	-	-	-	-	-
前年比	-10.8%	3.7%	-5.9%	-14.1%	-13.8%	-	-	-		
売上総利益	1,052	1,156	1,115	1,225	902	-	-	-		
売上総利益率	62.7%	55.3%	62.0%	60.9%	62.3%	-	-	-		
販管費	968	987	941	1,087	793	-	-	-		
前年比	-13.6%	-22.6%	-17.3%	-3.2%	-18.1%	-	-	-		
営業利益	60	177	145	135	109	-	-	-	-	-
前年比	-65.9%	90.1%	-24.1%	-48.6%	82.1%	-	-	-		
営業利益率	3.6%	8.5%	8.0%	6.7%	7.5%	-	-	-		
経常利益	63	260	261	144	177	-	-	-	-	-
前年比	-58.4%	159.5%	5.5%	-43.0%	178.4%	-	-	-		
当期利益	52	160	-250	281	197	-	-	-	-	-
前年比	-40.3%	122.0%	-	397.6%	282.0%	-	-	-		
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	（進捗率）	通期会予
売上高	1,678	3,769	5,569	7,582	1,447	-	-	-	19.4%	7,450
前年比	-10.8%	-3.3%	-4.2%	-7.0%	-13.8%	-	-	-		-1.7%
売上総利益	1,052	2,208	3,323	4,549	902	-	-	-		
売上総利益率	62.7%	58.6%	59.7%	60.0%	62.3%	-	-	-		
販管費	968	1,955	2,896	3,983	793	-	-	-		
前年比	-13.6%	-18.4%	-18.0%	-14.5%	-18.1%	-	-	-		
営業利益	60	237	382	517	109	-	-	-		0
前年比	-65.9%	-11.8%	-16.9%	-28.4%	82.1%	-	-	-		-
営業利益率	3.6%	11.3%	21.2%	25.7%	7.5%	-	-	-		
経常利益	63	324	584	729	177	-	-	-		-
前年比	-58.4%	28.2%	17.0%	-3.2%	178.4%	-	-	-		
当期利益	52	211	-39	242	197	-	-	-		-
前年比	-40.3%	33.4%	-	-35.5%	282.0%	-	-	-		

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
*売上総利益は返品調整引当金の調整額を除いて記載している。
*当期純利益は、2016年4月期以降は「親会社株主に帰属する当期純利益」

2016 年 4 月期第 1 四半期業績

2016年4月期第１四半期の売上高は1,447百万円（前年同期比13.8%減）、営業利益は109万円（同82.1%増）、経常利益は177百万円（同178.4%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は197百万円（同282.0%増）となった。

引き続きキャリア公式サイトの売上高が減少したことに加え、株式会社ビーバイイーが株式譲渡により連結子会社でなくなった影響により減収となった。利益面については、当該株式譲渡に伴い人件費や広告宣伝費等の販管費が減少したことにより営業利益が増加した。経常利益、及び四半期純利益については、関係会社株式売却損やのれん減損損失等特別損失の計上はあったものの、為替差益 64 百万円（前年同期は３百万円）や投資有価証券売却益 154 百万円（前年同期はなし）の計上により大幅増益となった。

セグメント別の概況は以下のとおり。

当第１四半期より、報告セグメントの区分を変更しており、以下の前年同期比については、前年同期の数値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較している。

モバイルサービス事業

売上高：981百万円（前年同期比16.9%減）、営業利益：227百万円（同42.2%減）

主力の占いサービスにおいては、幅広いユーザーに対応したサービスを提供すべく、新たな形式の占いサービスの企画開発や既存サービスの改善に取り組んだ。前期末より新たに提供しているチャット型占いアプリ「Chapli（チャプリ）」は、想定どおり、これまで同社が十分にリーチできていなかった若年層を中心に利用されており、鑑定件数も順調に増加した。しかしながら、既存のキャリア公式サイト売上高の減少により 減収となった。

ゲームについては、ストーリーに特化したドラマゲームアプリシリーズ「six doubts」から２タ イトルをリリースした。想定に届かなかった一部の指標となる数値について向上を図る等、既存２タイトルの改善とともに、新規タイトルの制作に取り組んだ。同社は、今後タイトルが揃い次第、数値を鑑みながら積極的にプロモーションをかけていくとしている。

海外事業

売上高：144百万円（前年同期期比23.4%増）、営業損失：1百万円（前年同期は45百万円の営業損失）

米国での占いコンテンツビジネスは主に広告収入を収益源に展開しているが、売上高は為替の影響もあり増収となった。利益面についても、同社の効率的なコンテンツ運営ノウハウの投入や、コスト構造の見直しを実施した結果、セグメント損失が減少した。

その他の事業

売上高：323百万円（前年同期比15.1%減）、営業利益：0.4百万円（前年同期は営業損失168百万円）

その他の事業については、モバイルサイト開発受託やオンラインショッピングサイトの運営のほか、株式会社PINKにおいて旅行事業を行っている。 売上高は、当第１四半期にビーバイイー社が株式譲渡により連結子会 社でなくなったことから減収となった。セグメント利益については、前述の株式譲渡に加え、前期末における一部コマースサイトの売却、オンラインショッピングサイトの売上増加により、黒字に転じた。

ザッパラス ＞業績動向　LAST UPDATE【2015/09/11】

四半期業績推移	14年4月期				15年4月期			
（百万円）	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高								
コンテンツ	1,471	1,469	1,413	1,291	1,146	1,138	1,071	1,052
前年比	-17.1%	-15.6%	-14.6%	-17.9%	-22.1%	-22.5%	-24.2%	-18.5%
コマース関連	251	367	308	693	227	446	386	626
前年比	-52.5%	-9.9%	-2.6%	75.3%	-9.5%	21.5%	25.2%	-9.7%
海外事業	110	126	134	125	117	109	135	157
前年比	-	-	-	4.2%	6.0%	-13.4%	0.5%	25.2%
その他	50	55	57	234	189	397	208	178
前年比	-25.3%	-2.1%	-8.1%	34.8%	274.0%	616.0%	267.1%	-24.0%
営業利益								
コンテンツ	589	427	503	428	495	456	440	247
前年比	-23.5%	-34.8%	-17.9%	-14.1%	-16.0%	6.6%	-12.5%	-42.5%
コマース関連	-93	-68	-76	73	-169	-34	-102	111
海外事業	-32	-8	-8	-30	-45	-45	-7	14
その他	-117	-117	-83	-62	-42	-34	-27	-54
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計
売上高								
コンテンツ	1,471	2,939	4,353	5,644	1,146	2,284	3,356	4,408
前年比	-17.1%	-16.3%	-15.8%	-16.3%	-22.1%	-22.3%	-22.9%	-21.9%
コマース関連	251	618	927	1,620	227	674	1,060	1,686
前年比	-52.5%	-34.0%	-26.0%	-1.7%	-9.5%	8.9%	14.3%	4.1%
海外事業	110	236	370	495	117	225	360	517
前年比	-	-	-	250.4%	6.0%	-4.4%	-2.6%	4.4%
その他	50	106	162	396	189	586	793	971
前年比	-25.3%	-14.7%	-12.5%	10.3%	274.0%	453.1%	388.4%	145.1%
営業利益								
コンテンツ	589	1,016	1,519	1,948	495	950	1,390	1,637
前年比	-23.5%	-28.7%	-25.4%	-23.2%	-16.0%	-6.5%	-8.5%	-16.0%
コマース関連	-93	-161	-237	-164	-169	-202	-305	-194
海外事業	-32	-40	-48	-78	-45	-90	-97	-83
その他	-117	-235	-317	-380	-42	-76	-104	-158

出所：同社決算短信などをもとにSR社作成

過去の四半期実績は、過去の実績および財務諸表へ

今期の会社計画

16年4月期予想	14年4月期			15年4月期			16年4月期
（百万円）	上期	下期	通期	上期実績	下期会予	通期会予	通期会予
売上高	**3,899**	**4,256**	**8,155**	**3,769**	**3,813**	**7,582**	**7,450**
前年比	-14.8%	-1.4%	-8.3%	-3.3%	-10.4%	-7.0%	-1.7%
売上原価	1,233	1,526	2,760	1,561	1,472	3,033	-
売上総利益	**2,666**	**2,729**	**5,396**	**2,208**	**2,341**	**4,549**	**-**
前年比	-16.1%	-7.2%	-11.8%	-17.2%	-14.2%	-15.7%	-
売上総利益率	68.4%	64.1%	66.2%	58.6%	61.4%	60.0%	-
販売費及び一般管理費	2,395	2,262	4,656	1,955	2,028	3,983	-
売上高販売管理費率	61.4%	53.1%	57.1%	51.9%	53.2%	52.5%	-
営業利益	**268**	**454**	**722**	**237**	**280**	**517**	0
前年比	-70.5%	-11.5%	-49.2%	-11.8%	-38.3%	-28.4%	-
営業利益率	6.9%	10.7%	8.9%	6.3%	7.3%	6.8%	-
経常利益	**253**	**500**	**752**	**324**	**405**	**729**	-
前年比	-72.6%	-31.9%	-54.5%	28.2%	-19.0%	-3.2%	-
経常利益率	6.5%	11.7%	9.2%	8.6%	10.6%	9.6%	-
当期純利益	**158**	**217**	**376**	**211**	**31**	**242**	-
前年比	-73.4%	-32.4%	-59.0%	33.4%	-85.8%	-35.5%	-

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**売上総利益は返品調整引当金の調整額を除いて記載している。

2016年4月期は、売上高7,450百万円（前期比1.7%減）、営業利益は0百万円を見込む。

2016年4月期売上高に関しては、（株）ビーバイイーが連結子会社から除外される等、コマース関連事業の選択と集中の影響により、前期比での売上高は減少しているが、当該事業を除外した前期比では、コンテンツ事業を中心に約８億円増加する計画である。足枷であったフィーチャーフォンに下げ止まりの傾向がみられること、新たに投入するアプリ、サービスの寄与を見込んでいる。一方で、新たなアプリ、サービスの積極的な販促活動により広告宣伝費等が増加し、販管費は600百万円増とする計画であり、営業利益は収支均衡となる計画である。また、経常利益以下の計画は開示していないものの、投資有価証券の売却益154百万円を第１四半期に計上する予定であるとしている。

なお、前期は体制作りに難航したため、想定通りに、新規コンテンツやアプリの投入が出来なかった。しかし、体制整備が整ったことにより、遅れていたコンテンツやアプリも今第１四半期に投入され始めた。このため、同社は、引き続きユーザーのニーズに合致したコンテンツ・サービスの拡充と、潜在ユーザーとのコンタクトポイントを拡大していくことで、顧客基盤を確立・強化し、中長期での企業価値向上を目指すとしている。

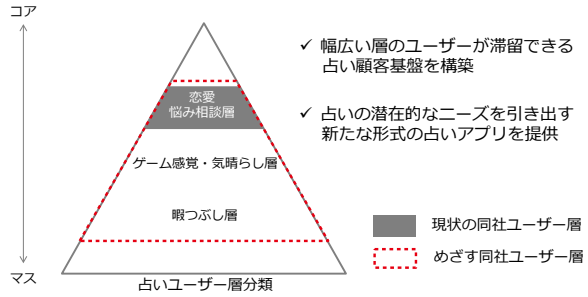
同社の今期の主な取り組みは以下の通りである。

スマートフォン市場における占い顧客基盤の確立

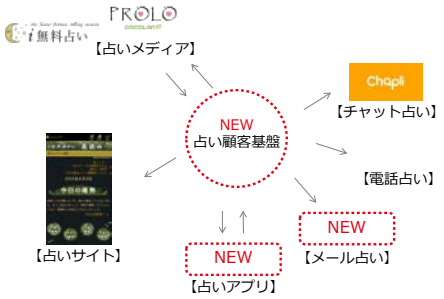
同社によれば、現在の同社の中心ユーザー層はコア層よりになってしまっているとのこと（下左側図のグレーの領域）。現状では、カジュアルな顧客層からの認知度が低いとみており、このユーザー層（下左側図の点線の領域）の顧客獲得を狙うとしている。同社によれば、同社が強みとしている占い分野に対するニーズが急速に減少したわけではないため、フィーチャーフォン時代に月額課金で占いを利用していたカジュアルな顧客層にどのようにリーチするかが課題であるとのこと。そのため、幅広い層のユーザーが滞留できるような顧客基盤の構築を目指し、占いの潜在的ニーズを引き出す新たな形式の占いアプリを提供していくとのこと。それを念頭においた新しいアプリの企画等に経営資源を集中させるとしている。

スマートフォン市場における占い基盤の確立

占いユーザー層の拡大



新たなCRMの構築



出所：会社資料

新たなCRMの構築。

同社によれば、同社の強みは、一度ユーザーになった顧客に何度も利用してもらうことにあったとのこと。ライフタイムバリューを大きな経営資本とするため、このCRMを再度構築する。チャット占いや、メール鑑定、電話占いなど、多くのアプリの投入し、顧客基盤を拡大させていくとしている。

また、同社では、コンテンツのパーソナル化を図るため、知名度の高い占い師のみでなく、知名度の低い占い師（ローカル占い師や、かけだし占い師、セミプロ占い師）へも裾野を広げて、1対１のパーソナルサービスを拡充していくとのこと。そして占いサービスをより身近なものとし、市場拡大を狙うとしている。

ゲーム等新規事業領域への挑戦

占いでの成功モデルをゲームアプリへ転用し、共通フォーマット化により多コンテンツ展開を図る。2015年5月にはゲームアプリ2タイトルをリリースした。第3弾は2015年8月リリースを予定している。同社では、5月に発売した2タイトルをシリーズ化し販売する予定であるとのこと。この2タイトルについては、現状では継続利用率の水準は高いものの、課金率があまり高くないとのこと。そのため、今第1四半期は、この２タイトルの課金率向上に注力し、第２四半期以降に新タイトルをリリースする予定としている。

同社によれば、デジタルコンテンツは、集客が課題であり、一度集めたユーザーを最適なコンテンツに配分していく必要があるとのこと。このため、今期は新たなコンテンツの制作についても積極的に投資していく意向であるとしている。同社では、今期の予算作成は、売上動向などについて読みにくい面はあるが、基本的にコンテンツ強化とそれに伴う広告宣伝費の増加を前提として、営業利益は収支均衡の計画にしたとしている。

過去の会社予想と実績の差異

期初会社予想と実績（百万円）	08年4月期 連結	09年4月期 連結	10年4月期 連結	11年4月期 連結	12年4月期 連結	13年4月期 連結	14年4月期 連結	15年4月期 連結
売上高（期初予想）	7,637	9,342	11,350	11,230	11,200	12,000	10,100	7,500
売上高（実績）	8,551	10,308	11,225	11,813	10,088	8,890	8,155	7,582
期初会予と実績の格差	**12.0%**	**10.3%**	**-1.1%**	**5.2%**	**-9.9%**	**-25.9%**	**-19.3%**	**1.1%**
営業利益（期初予想）	1,421	2,423	3,110	3,020	2,550	2,200	1,000	0
営業利益（実績）	1,871	2,709	3,016	3,073	2,584	1,423	722	517
期初会予と実績の格差	**31.7%**	**11.8%**	**-3.0%**	**1.8%**	**1.3%**	**-35.3%**	**-27.8%**	**-**
経常利益（期初予想）	1,451	2,442	3,100	3,030	2,550	2,200	1,000	0
経常利益（実績）	1,883	2,696	3,041	3,090	2,594	1,655	752	729
期初会予と実績の格差	**29.7%**	**10.4%**	**-1.9%**	**2.0%**	**1.7%**	**-24.8%**	**-24.8%**	**-**
当期利益（期初予想）	801	1,440	1,820	1,790	1,510	1,326	620	-13
当期利益（実績）	1,028	1,581	1,532	1,626	1,579	917	376	242
期初会予と実績の格差	**28.3%**	**9.8%**	**-15.8%**	**-9.1%**	**4.6%**	**-30.8%**	**-39.4%**	**-**

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**2012年4月期の期初予想はレンジで示されていたために、下限値を表記した。

中期見通し及び、経営戦略

同社は、ＦＰ時代には占いを中心とした差別化戦略が奏功し、業績を拡大してきた。しかし、スマートフォンの急速な普及に伴って、収益の主体であるFP向けのコンテンツ収入の減少が続いており、戦略の転換を余儀なくされている。同社によれば、同社のコンテンツの品質が悪くなったわけでも、ARPU（1ユーザー当りの月次売上高）が下がったわけでもないとのこと。同社は、スマートフォンの急速な普及に伴い、従来のキャリア向け広告を主体とした集客モデルの効果が薄れつつあることを問題視している。

このため、同社では、キャリア経由で行う広告集客モデルから脱却し、顧客に対する独自のコンタクトポイントを確立しようとしている。この一環で同社が2014年4月期より注力したのが独自のウェブメディアの立ち上げである。ユーザーに魅力ある独自メディアを提供することでPV数（ページ閲覧回数）を集め、集客力の底上げを目指した。同社のこの施策が奏功し、PV数は増加傾向にある。ただし、新規メディアの立ち上げ遅れもあり、2015年4月期は、同社の想定ほどにPV数が伸びなかった。このため、同社では、2016年4月期以降は、ウェブメディアの展開に加えて、手薄であったスマートフォン向けサービスの拡充にも注力するとのこと。スマートフォンでは主流となっているアプリサービスの拡充により、集客の間口をさらに広げて、潜在顧客の掘り起こしを進めるとしている。

また、同社は、同時に、課金ポイントに対する戦略の見直しも実施している。従来の戦略では、メディアなどで集客したユーザーを、有料コンテンツやコマース事業（物品販売）に送客し課金する計画であった。この戦略では、幅広い課金ポイントが提供できるメリットがある反面、同社の有するリソースが分散するデメリットもあった。このため、同社では、当面は、メディアやアプリと親和性の高い有料コンテンツの展開に注力するとしている。

事業内容

ビジネス概要

同社は占いを中心としたデジタルコンテンツ配信を主力事業とするインターネット企業である。同社では、このコンテンツ提供を通じ、ユーザーの属性、利用履歴、行動履歴から、嗜好性、心理・行動傾向をパターン化し分析すること（CRM）を強みとし、これらデータベースを活用しユーザーに合ったコンテンツや商品・サービスをメルマガ・リンク等を活用し訴求する手法を用いてビジネス展開している。

*CRM：Customer Relationship Managementの略、顧客管理。

設立当初は、（株）NTTドコモ（東証1部9437）のiモードサービスの開始（2000年）に伴い、様々なコンテンツの配信を行っていた。マザーズに上場（2005年5月に上場）する意思決定を下した際に、事業戦略を明確化し、占いコンテンツを軸に事業を展開していくことにした。占いコンテンツをビジネスドメインにした背景は、①日常の悩みや関心（恋愛、金運、仕事など）を題材とした運勢は毎日変化するため、ユーザーに毎日閲覧する動機を与える、②占いユーザーは自分の属性等の正確なデータを入力することになるため、そのデータベースが占い以外の事業のマーケティングに有効であることが挙げられる。

*占いとは、人の心の内や運勢や未来など、直接観察することのできないものについて判断することをいう。大まかな占術の分類として、易やタロットのような偶然性を用いる方法をト術、占星術や四柱推命などの先天的要素（誕生日）によって全体的な運勢を占う占術を命術と呼んで区別し、同社の占いサイトでは幅広いジャンルを扱っている。

同社の事業領域は、コンテンツ事業、コマース関連事業、海外事業、その他事業からなり、セグメント別売上構成比は、各々58%、22%、7%、13%（2015年4月期）となっている。

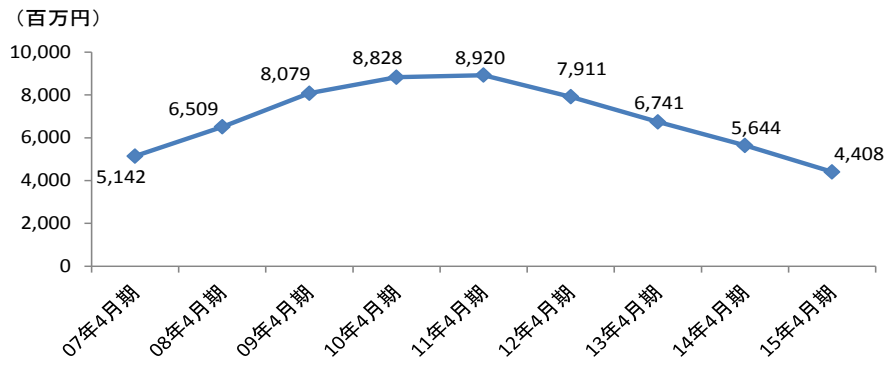
セグメント別業績（百万円）	08年4月期 連結	09年4月期 連結	10年4月期 連結	11年4月期 連結	12年4月期 連結	13年4月期 連結	14年4月期 連結	15年4月期 連結
売上高	8,551	10,308	11,225	11,813	10,088	8,890	8,155	7,582
コンテンツ事業	6,509	8,079	8,828	8,920	7,911	6,741	5,644	4,408
構成比	76.1%	78.4%	78.6%	75.5%	78.4%	75.8%	69.2%	58.1%
コマース関連事業	1,655	1,938	2,085	2,640	1,811	1,649	1,620	1,686
構成比	19.4%	18.8%	18.6%	22.3%	17.9%	18.5%	19.9%	22.2%
海外事業	-	-	-	-	-	141	495	517
構成比	-	-	-	-	-	1.6%	6.1%	6.8%
その他事業	386	291	312	253	366	359	396	971
構成比	4.5%	2.8%	2.8%	2.1%	3.6%	4.0%	4.9%	12.8%
営業利益	1,871	2,709	3,016	3,073	2,584	1,423	722	517
コンテンツ事業	2,370	3,152	3,526	3,786	3,234	2,536	1,948	1,637
構成比	100.5%	94.4%	95.0%	96.6%	98.7%	116.4%	147.0%	136.2%
コマース関連事業	-4	129	187	93	-85	-71	-164	-194
構成比	-0.2%	3.9%	5.0%	2.4%	-2.6%	-3.2%	-12.4%	-16.1%
海外事業	-	-	-	-	-	-1	-78	-83
構成比	-	-	-	-	-	0.0%	-5.9%	-6.9%
その他事業	-7	59	-1	42	128	-285	-380	-158
構成比	-0.3%	1.8%	0.0%	1.1%	3.9%	-13.1%	-28.7%	-13.1%

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**セグメント売上高および営業利益は連結調整前の数字

ビジネスモデル

コンテンツ事業

コンテンツ事業売上高推移

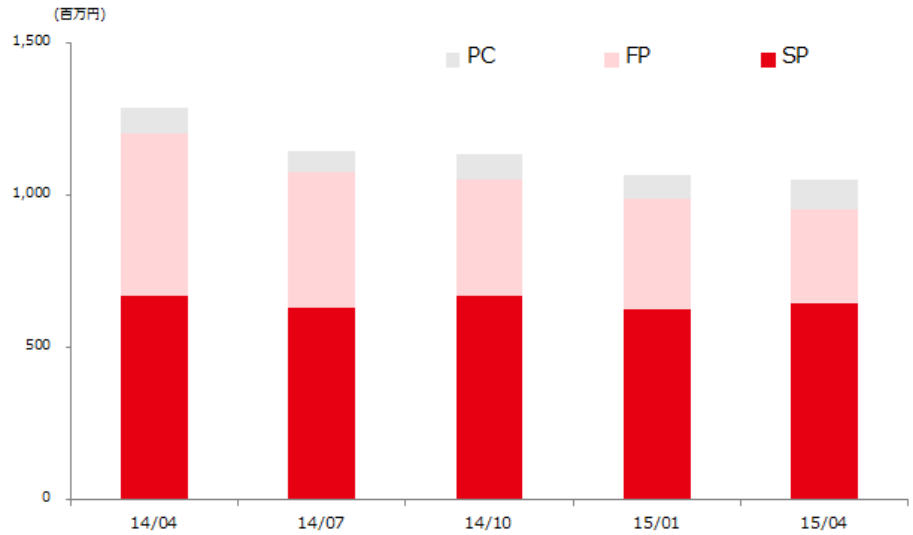


出所：同社資料をもとにSR社作成

コンテンツ事業の売上高は44.1億円（2015年4月期）、連結売上高の58%強を占める同社の中核事業である。同事業では、従来型の携帯電話（フィーチャーフォン）・スマートフォンといったモバイル及びPC向けに提供するコンテンツの企画制作・開発・運営を行っている。

ユーザーがフィーチャーフォンからスマートフォンに移行する中で、同社もスマートフォンへのシフトを進めている。フィーチャーフォン向け売上減少に、スマートフォン向け売上の成長が追い付かずに、ここ数年の同事業の売上高は減少傾向が続いている。

四半期ベースのデバイス別コンテンツ売上高の推移



出所：会社資料をもとにSR社作成

なお、2015年4月期には、同事業におけるスマートフォン売上の構成比が、初めて過半数を超えることとなった。このため、フィーチャーフォン減少の影響も沈静化に向かうとみられる。同社では、2016年4月期以降は、中核事業であるコンテンツ事業の立て直し直しに注力するとのこと。そのため、コンテンツ事業以外の事業を一度縮小し、2016年4月期はコンテンツ事業に経営資源を集中させるとしている。とりわけ、同社が強みとする占いを中心としたコンテンツ事業の展開を加速させる計画を打ち出している。このため、今後の同事業の動向が注目される

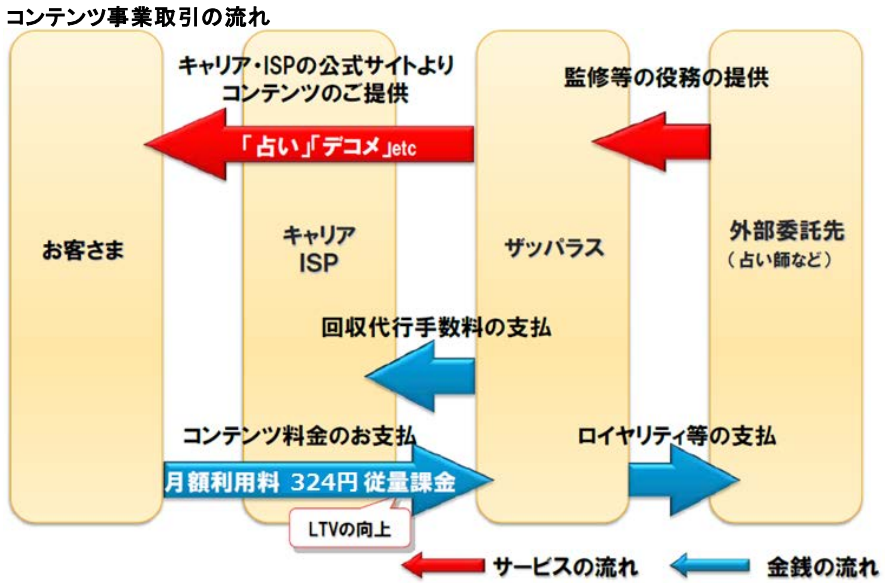
ところである。

*フィーチャーフォンとは、通話機能を主体とし、その他にカメラやワンセグをはじめとする機能を搭載している従来型の携帯電話のこと。
*スマートフォンとは、iPhoneやAndroidに代表される、パソコンと同等の機能を持ち合わせた多機能携帯端末のこと。

同事業で主に同社グループが提供するコンテンツは、キャリア（携帯電話事業者）及びISP（インターネットサービスプロバイダー）の公式コンテンツ（キャリア及びISPが審査を行い、承認したコンテンツのこと）となる。ユーザーの集客方法は、純広告*・アフィリエイト広告*など。その後会員登録を行ってもらい、日々コンテンツを配信する。コンテンツには無料コンテンツと有料コンテンツがある。無料コンテンツの役割は集客の入り口のためのコンテンツであり、サービス利用後に有料課金会員として登録に至るのが理想である。一方で、最初から有料課金会員として登録するユーザーもいる。

*純広告: インターネット広告において、特定のアドネットワークを経由せずに指定の媒体に掲載される広告を意味する。
*アフィリエイト広告：成果報酬型のインターネット広告。アフィリエイトプログラムを導入し、そのプログラムに掲載先として参加しているアフィリエイトサイトやメールマガジンに広告を掲載してもらい、商品購入などの最終成果またはクリックが発生した件数に応じて広告費用を支払う。

コンテンツ事業取引の流れ



出所：同社資料よりSR社作成

フィーチャーフォンでは、月額利用料（300円）をキャリアが通信料と併せてユーザーに請求する。

一方スマートフォンのビジネスモデルはフィーチャーフォンとはやや異なり、月額課金と個別課金（従量制）からなる。個別課金は多数の占いコンテンツジャンルのアプリの企画・配信を行っており、アイテム・各メニューの利用量に応じた従量課金となっている。iPhone（App Store*）やAndroid（GooglePlay*）を経由して販売すると、Appleや Googleに手数料を支払うこととなる。ユーザーの会員登録に至る経緯の内訳としては、自然流入（フィーチャーフォンからの会員＋自ら同社サービスにアクセスし会員となる）によるケースと、CRM（メルマガ・リンク等）と、純広告・アフィリエイト広告経由、ソーシャルメディアや口コミとに分けられる。

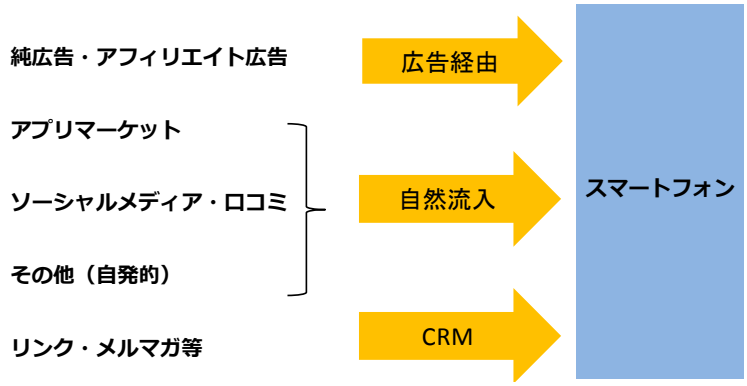
*App Store： iPhone向けアプリのダウンロードサービス。

ザッパラス ＞事業内容

LAST UPDATE【2015/09/11】

*GooglePlay：Android向けアプリのダウンロードサービス。

スマートフォンへの流入状況



出所：ヒアリングをもとにSR社作成

PC向けでは、ヤフー（株）（東証1部4689）とコンテンツ提携しており、料金体系は全て個別課金となっている。コンテンツの価格帯は携帯電話と比較し高めのようである。ヤフー（株）への手数料に加え、クレジットカード決済となっているため回収手数料が発生（クレジット会社へ）する。

同社の主要ユーザーは主にF1 層（20～34歳の女性）、F2層（35～49歳の女性）であり、ユーザーの利用パターンとしては、例えば占いコンテンツの場合、何かの「きっかけ（仕事や恋愛における悩みなど）」で登録し利用を開始する（対価を支払う）。ユーザーは複数のサイトを積極的に回遊する傾向があり、その「きっかけ」が解決されるなど一定期間利用したのち、多くのユーザーが一度利用を中断してしまうものの、別の「きっかけ」が生じると再び、利用を再開するケースも多いという。

同社は、ユーザーのLTV（Life Time Valueの略、顧客がその企業に対して将来的にもたらす利益のこと）の向上を目指している。スマートフォンでは、多くのユーザーが個別課金を利用しており、各アイテムの単価は平均して月額300円の課金単価を上回っているもようである。因みに対面式の占いでは、著名占い師に対する報酬は高額になると1時間数万円にものぼるようだ。それと比較すると、占いコンテンツは割安な価格となる。

主要の占いコンテンツサイトとしての差別化は、①どのような占い師を抱えているか、②ユーザーフレンドリー（読みやすい）なテキストメッセージを配信しているか、③コンテンツを量産するしくみ、運営するしくみが出来ているか、が重要と同社はコメントしている。監修者については、メディアに露出し始めた占い師に営業を掛けて業務契約を結ぶのが一般的だが、駆け出しの占い師をプロモーションすることもある。これらは監修者営業と呼ばれ、雑誌などを地道にチェックし占い師に接触している。また、メディア露出の高い著名占い師は当然のことながら人気があり、占い師自身のブランド力で集客が可能なため、人気占い師を含め多くの占い師を囲い込みことは重要である。一方、占い師も自らの売上を増やすには、より会員数の多い運営会社と提携した方が有利であり、大手企業、会員数の多い運営サイトとの提携を好む傾向があり、規模が一つの参入障壁、差別化要因とも言える。また、占いは毎日運勢が変わるため、日々アップデートされる。そのため、テキスト作成は重要である。毎日のようにコンテンツとなる文章（日々の運勢）が更新されているが、アルゴリズムにより、変数（ユーザー属性）分析はパターン化されており、1カ月程度の分量が事前に準備されているようだ。各占い師が鑑定した結果を社内のライターが忠実に表現したテキストにおこし、その内容を占い師が監修している。2015年4月の占いコンテンツランキングによると、同社の占いサイトはTOP10に数多くにランクインしており、総じてユーザーから高

い評価を得ていることがわかる。

スマートフォン占いサイトランキング（2015年4月現在）

西洋占い	東洋占い	診断・心理
1 今日の運勢DX	1 細木数子六星占術	1 ☆江原啓之☆
2 石井ゆかりの星読み	2 スマート占いDX	2 青森の神様◆木村藤子
3 365誕生日大占術	3 ゲッターズ飯田の占い	3 ゲッターズ飯田流
4 最後の琉球ユタはる	4 島田秀平手相占い	4 開運夢診断
5 恋愛の神様DX	5 奇跡の力◆上地一美	5 動物占い
6 鏡リュウジ占星術	6 安斎流開運鑑定	6 動物キャラナビ
7 血液型相性診断	7 七曜姓名鑑定	7 大人の関係
8 運命の恋占い	8 ゲッターズ飯田の姓名判断	8 香山リカ深層心理学
9 花凛100万人感涙サロン	9 新宿の母	9 スピリチュアル夢診断
10 運命日	10 銀座の母◇開運姓名	10 本物の心理テスト

同社提供のコンテンツ

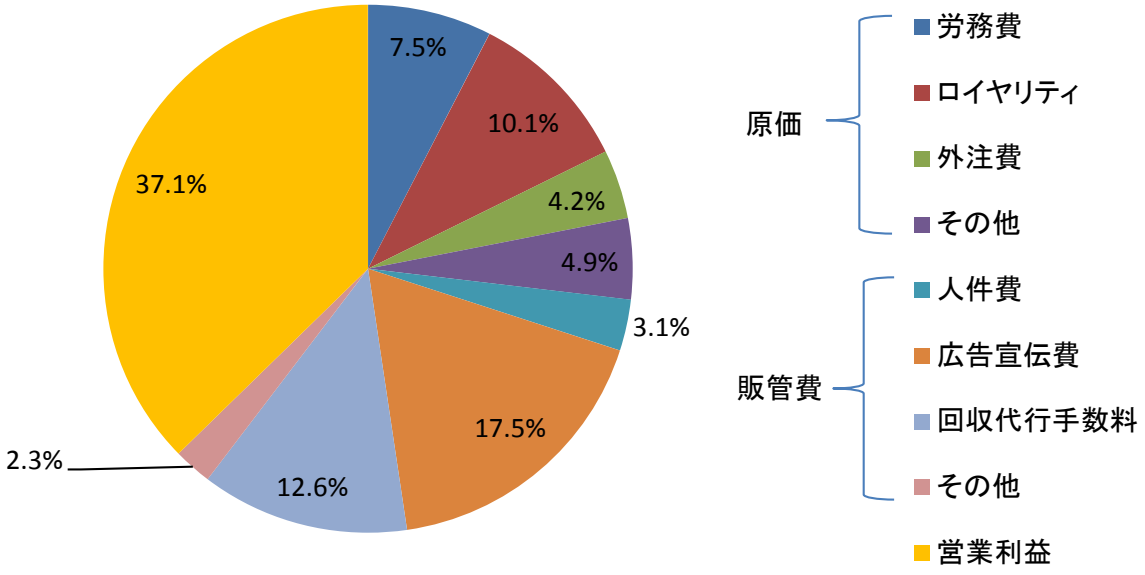
出所：同社資料、NTTドコモメニューリスト

同社は、顧客の多様なニーズに対応することと、CRMノウハウを活用することで、顧客に合ったコンテンツ・商品をメルマガ・リンク等を活用し訴求することで、LTVを最大化することを目指している。

具体的には、登録情報（性別、年齢、職業、趣味）やサイトの利用状況（利用履歴、行動履歴）から顧客一人一人の心理傾向、行動傾向、趣味嗜好をパターン化し分析することにより、女性に人気のコンテンツ（占い、デコメ、待受、ライフスタイルなど）をメルマガ・リンク等を活用し訴求している。

同社コンテンツ事業の売上原価は、労務費、ロイヤリティ、外注費、その他で構成され、同事業の売上原価率は26.7%と低く、高収益事業である（2015年4月期）。占い結果は基本的にテキストで配信されサーバー負荷が軽く、プログラミングにより内容を自動更新・配信するため運営費が安い。

コンテンツ事業の費用内訳（2015年4月期）



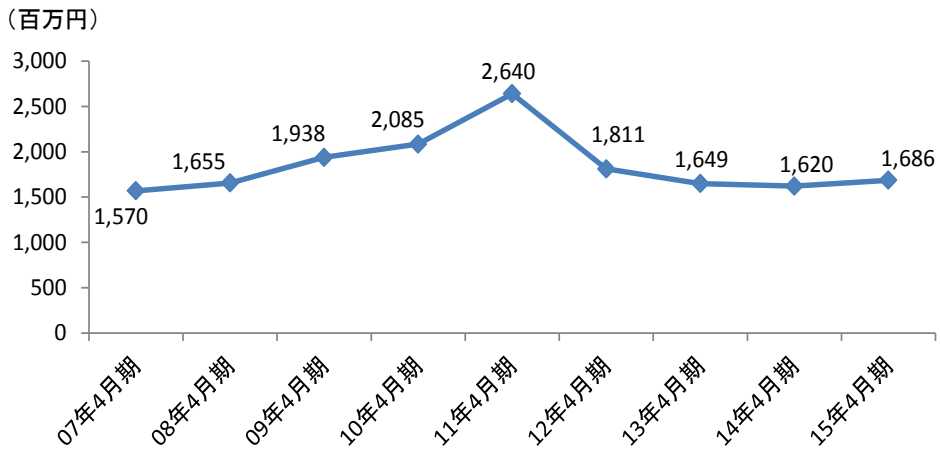
出所：同社資料よりSR社作成
*ロイヤリティには慣習ロイヤリティの他、運営業務委託先のレベニューシェアも含まれている。

販売管理費では広告宣伝費が最大項目であり、2015年4月期の対売上高比率は17.5%であった。同社によれば、会

員一人当たり取得コスト（コンテンツ事業の広告宣伝費/月額課金会員数）は一定水準を意識しているとのこと。ただし、販促を強化しているスマートフォンの取得コストは、フィーチャーフォンよりもやや高めになっているもようである。

コマース関連事業

コマース事業売上高推移



出所：同社資料よりSR社作成

コマース関連事業の売上高は16.9億円（2015年4月期）、連結売上高の約20%を占める。同社では、コンテンツ事業と連携することで、コマース事業の拡充を図る計画であった。ただし、立ち上げ期にある事業が多く、事業全体では赤字基調が続いている。このため、同社では、強みとするコンテンツ事業の拡充を優先するために同事業の選択と集中を進めている。2015年4月には、赤字事業の売却を実施した。このため、今後は同事業の収益好転が期待される。

なお、同事業の2015年4月期における内訳は、各種ショッピングサイトを運営するＥコマース事業と、連結子会社である株式会社ビーバイイー（自然派化粧品の卸売・小売事業）であった。ただし、上述したように、同社は、コンテンツ事業に注力するために、2015年4月下期から、同事業の選択と集中を進めている。これに伴い、2015年4月期第4四半期には、売上高は増加傾向にあるが立ち上げ期で赤字にとどまっている「STYLEST」（女性向けアパレルの定期購入型オンラインショップ）と、ユーザーの減少傾向が続いていた既存モバイルコマースサイトの売却を実施した。また、競合の参入で競争が激化傾向にあったビーバイイー社についても2015年5月に売却を行っている。

同社の過去の売上高の推移をみると2014年4月期に大きく落ち込んでいる、これはポートフォリオの見直しにより、（株）ジープラス（携帯電話の販売）を2012年4月期第3四半期において他社に営業譲渡したためである。今回の一連の売却でも、2016年4月期の売上高は12億円程度の減収要因になるもようである。ただし、今回の売却事業は赤字企業が中心であったため、利益面ではプラスになるとのこと。このため、2016年4月期は、残された事業の拡充に注力し、同事業の売上、利益ともに拡大を目指すとしている。

なお、残された事業の中で主なものでは、「藤巻百貨店」と「cuna　select」がある。「藤巻百貨店」は顧客それぞれに対して、商品を推奨する「提案型」の通信販売*である。

ザッパラス ＞事業内容

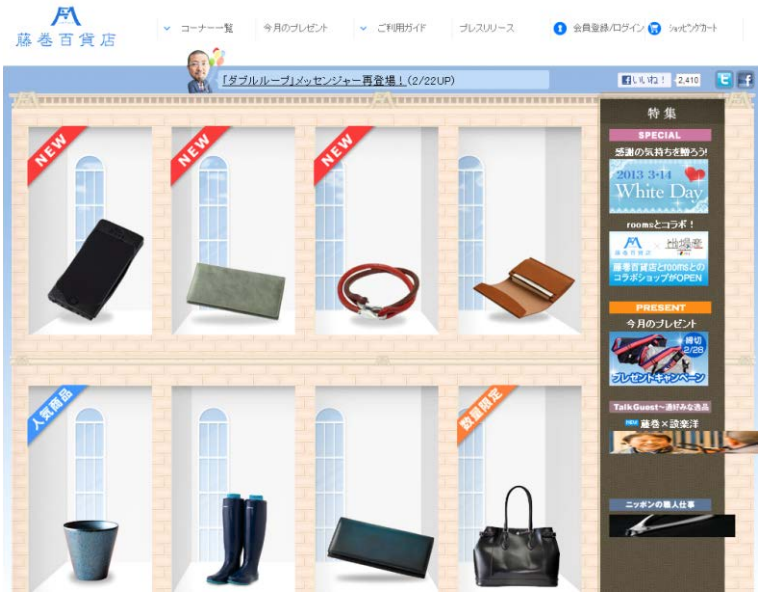
LAST UPDATE【2015/09/11】

「藤巻百貨店」（http://fujimaki-select.com/）は、メイドインジャパンの商品にこだわっており、職人気質が高く数量が限られている商品群は一度同社に納品されてから顧客に発送される。一方、同社は物流機能を持たず、比較的数量の多い商品群は直接生産業者から発送されるようだ。いずれの場合も「藤巻百貨店**」の商品として発送される。ユーザーはクレジットカードで決済し、仕入れ代金が生産業者に支払われ、残りが「藤巻百貨店」の利益となる。商品は受注してから発注を行う形式が多く、ほぼ在庫リスクはないとのこと。コマース関連事業の費用項目としては、商品原価が大きい。ただし、「藤巻百貨店」では、取扱商品数500点以上を扱っており（2014年6月末時点）、同社によると多くがメイドインジャパンにこだわった逸品であるため商品単価は高めのようだ。「藤巻百貨店」は初期費用などの先行投資・費用により赤字基調であったが、順調な売上拡大が続いており2015年4月期に黒字転換を実現した。このため、2016年4月期も堅調な業績拡大が期待できるとしている。

*同社の従来のモバイルコマースの中心は、商品群から利用者が検索して希望商品を購入する「来店型」の通信販売であった。これに対して「提案型」とは、趣味性の高い商品においてカリスマ性が高く目利きのある専門家が厳選して、提案するというモデルである。商品が未だ決まっていないユーザー向け（専門家の提案を参考にしたい人）のサイトといえる。
**「藤巻百貨店」と言うサイト名はカリスマバイヤーである藤巻幸大氏にちなんだ名称である。同氏は、伊勢丹においてカリスマバイヤーとして注目され、「バーニーズ・ジャパン」、「解放区（伊勢丹のコンセプトショップ）」、「リ・スタイル（伊勢丹によるセレクトショップ）」等の事業やブランドの立ち上げを担当した。独立後はアパレル会社や福助（株）の代表取締役等を経て、同社が買収した（株）ビーバイイーの社外取締役であったことから、ビジネスとしての関係が生まれた。藤巻幸大氏は2014年3月に逝去したが、現在は藤巻氏のスタイルを踏襲して、サイトが継続して運営されている。

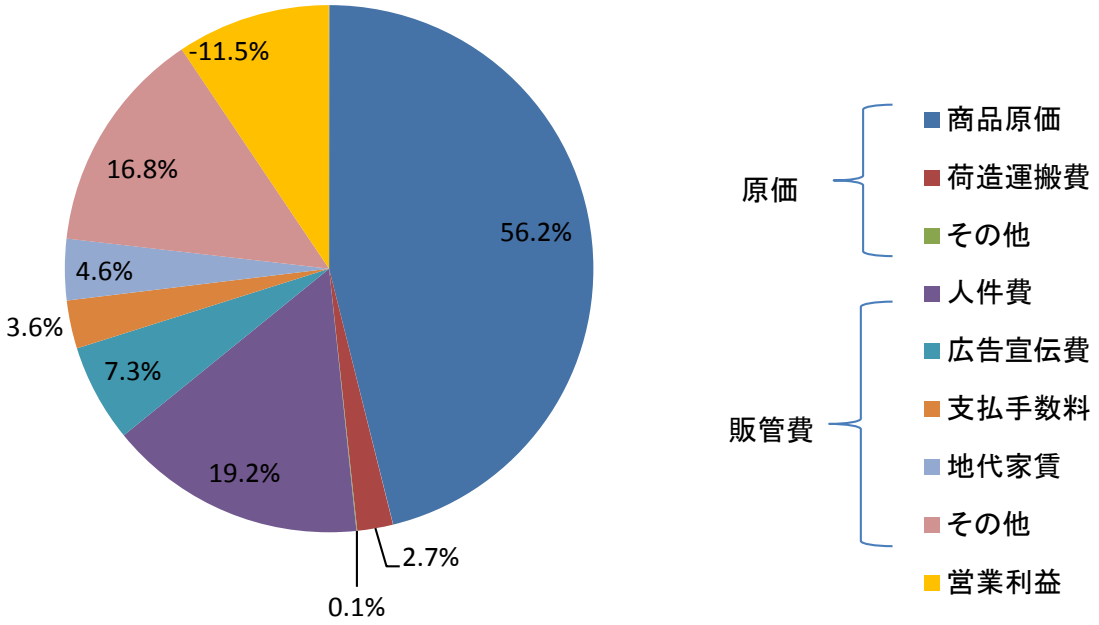
一方、立ち上げ期にある「cuna select」（ベビー＆キッズ用品のオンラインセレクトショップ）も赤字幅は順調に縮小しているとのこと。今後はコンテンツ事業との連携を図りながら、サービスの拡充を図るとしている。

藤巻百貨店のサイト



出所：藤巻百貨店webサイト

コマース関連事業の費用内訳（2015年4月期）



出所：同社資料よりSR社作成
*支払手数料には販売手数料及び代引き手数料を含む。

海外事業およびその他事業

海外事業では、米国に拠点を置く同社100%子会社であるZappallas,Inc.(U.S.)が占いコンテンツビジネスを展開している。この米国での占いコンテンツビジネスは主に広告収入を収益源に展開している。一方、その他の事業については、モバイルサイト開発受託や電話占いの運営のほか、広告販売や有料コンテンツへの送客を目的とした無料サイトの運営のほか、株式会社PINKにおいて旅行事業を行っている。

その他事業の主なコンテンツ

電話占い		
コバミミ	ロバミミ	ロバミミのサービスはグチ・相談・占いの3つである。電話を介して、誰にも相談できなかったもやもやをキキジョウズ（不満や悩みを聞くプロ.経験に基づくアドバイスもする.）や占い師に話すことができる..
無料メディア		
i無料占い	i無料占い	恋愛や結婚についての悩み…。人生や仕事に関する問題など、心配や不安を取り去る解決のヒントに、人気の無料占いコンテンツを多数提供している。

出所：同社資料よりSR社作成

主要事業の主な商品

同社は、ユーザーが複数のサイトを回遊する行動特性に着目しサイト数を拡大させてきた。とりわけ、F１層からF2層を中心としたユーザー向けにサービス・商品を提供している。

コンテンツサイト例（2015年6月時点）

占い		
	奇跡の力◆上地一美	テレビ番組でも、数々の悩みを解決へと導き話題となった、奇跡の力を持つ未来鑑定師上地一美初が相談者の潜在意識を見通し、悩みの根源を解明してくれる携帯占いサイト。
	365誕生日大占術	まったく同じ星座や血液型の人同士でも、生まれた日によって運命も性格も異なる。本サイトは、生まれた日から、自身の持つ価値を全て占う。
	タロット占い	神秘の力、タロットの世界。大人気！シリーズ累計380万ダウンロードの人気を誇る、「タロット占い(TAROT READING)」の無料版！
知育ゲーム		
	キッズドクター	病院とお医者さんをテーマにした知育ゲーム。
恋愛ゲーム		
	エターナルリング PLUS	無料版女性向け恋愛シミュレーションゲーム。200万人が恋したオトナの恋愛ゲームがアプリに！

出所：同社資料よりSR社作成

コンテンツ事業では、2012年6月よりザッパラスの占いコンテンツのサービス・ブランドとして「cocoloni」を策定、占いコンテンツと言えば「cocoloni」とユーザーが想起・認知するブランド育成を図っている。2012年8月には、「占い」と「恋愛」の読み物をコラボ（連携）させたサイト「cocoloni PROLO（ココロニプロロ）」の提供を開始し、「占い」のライトユーザーの取り込みを狙っている。

恋する心に寄り添うサイト[ココロニプロロ]

PROLO

COCOLONI

出所：同社資料より

コマースサイトについては、2015年3月期の期初の段階ではスマートフォン・PC向け「藤巻百貨店」の他、キッズ＆ベビー用品のセレクトショップの「cuna select（クーナ・セレクト）」、女性向けアパレルの定額制オンラインショッピングサイトの「STYLEST（スタイレスト）」からなる3サイトを運営していた。しかし、コンテンツ事業に集中するために、2015年4月期第４四半期に、売り上げは増加基調にあるが立ち上げに難航している「STYLEST」を売却している。

コマースサイト例

藤巻百貨店	藤巻百貨店	バッグ、財布、革小物、衣服、食器、食品など、ジャンルの垣根を越えて選び抜かれた珠玉の逸品のみを販売するオンラインショップ。商品の成り立ちや歴史、製作者のこだわりなど、商品ひとつひとつが持つストーリーと共に紹介している。
キッズ＆ベビー用品のスペシャリティセレクトショップ cuna select	cuna select	妊婦や出産してからも、「同じ目線や感覚のまま商品を選ぶことができる」をコンセプトに誕生したショッピングサイト。出産祝いや内祝いに最適なオーガニックなギフトなどを取り揃えている。

出所：同社資料をもとにSR社作成

収益性分析

（百万円）	連結	連結	連結	連結	連結	連結
売上総利益	7,580	7,800	6,861	6,118	5,396	4,549
売上総利益率	67.5%	66.0%	68.0%	68.8%	66.2%	60.0%
営業利益	3,016	3,073	2,584	1,423	722	517
営業利益率	26.9%	26.0%	25.6%	16.0%	8.9%	6.8%
EBITDA	3,259	3,528	2,909	1,998	1,288	978
EBITDA マージン	29.0%	29.9%	28.8%	22.5%	15.8%	12.9%
利益率（マージン）	13.7%	13.8%	15.7%	10.3%	4.6%	3.2%
財務指標						
総資産利益率（ＲＯＡ）	38.8%	37.9%	28.5%	16.9%	7.5%	7.2%
自己資本純利益率（ＲＯＥ）	25.4%	25.5%	21.1%	11.2%	4.5%	2.9%
総資産回転率	1.43	1.45	1.11	0.91	0.81	0.75
在庫回転率	250.4	128.5	89.3	58.8	34.3	26.2
在庫回転日数	1.5	2.8	4.1	6.2	10.6	13.9
運転資金（百万円）	1,454	1,971	1,786	1,460	1,276	973
流動比率	338.4%	393.4%	537.7%	620.0%	581.9%	544.2%
当座比率	334.3%	388.0%	529.8%	595.1%	567.2%	523.0%
営業活動によるCF/流動負債	0.14	0.96	1.03	1.23	1.16	0.89
負債比率	-56.5%	-58.9%	-52.3%	-40.0%	-46.6%	-55.3%
営業活動によるCF/負債合計	0.14	0.93	1.18	0.86	0.79	0.67
キャッシュ・サイクル（日）	18.3	25.8	39.3	42.1	38.5	36.3
運転資金増減	-280	517	-185	-326	-184	-304

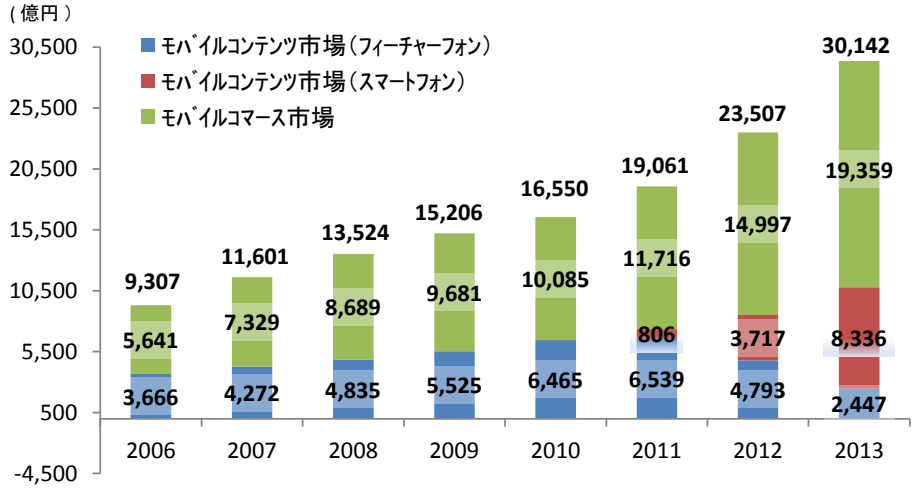
出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**売上総利益は返品調整引当金の調整額を除いて記載している。
***負債比率はネットデットを使用している。

市場とバリューチェーン

マーケット概略

スマートフォンの急速な普及に伴いモバイルコンテンツを取り巻く環境は大きく変化している。一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムが2014年7月24日に公表した「2013年モバイルコンテンツ関連市場規模調査」によれば、モバイルコンテンツとモバイルコマースからなるモバイル関連市場の2013年の市場規模は前年比28%増の3兆142億円。下図にみられるように、とりわけスマートフォン向けモバイル市場の拡大に牽引され、全体の市場規模も順調に拡大している。

モバイルコンテンツ及びモバイルコマース市場規模の推移



出所：一般財団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムの資料をもとにSR社作成

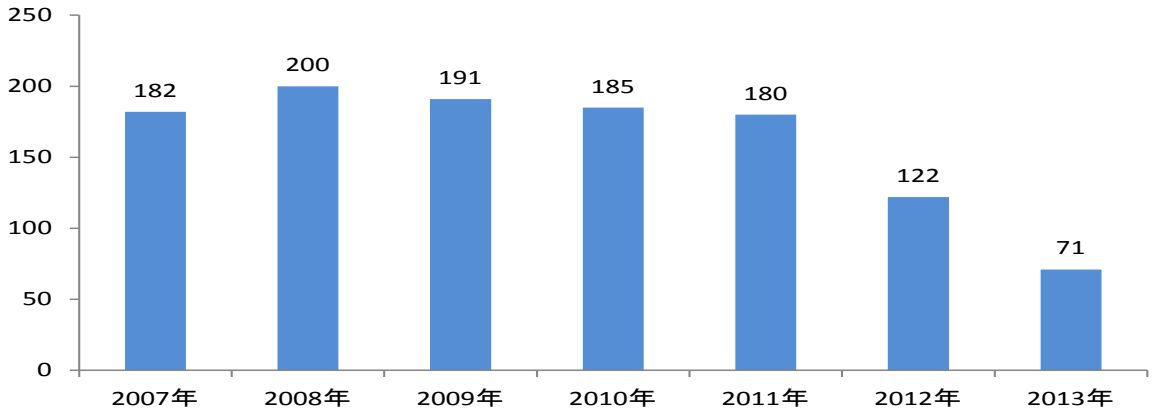
モバイルコンテンツ市場

同調査によれば、モバイル関連市場のうち、2013年のモバイルコンテンツ（フィーチャーフォン市場、スマートフォン等市場）の市場規模は前年比27%増の10,783億円であった。内訳をみると、フィーチャーフォン市場が同49%減の 2,477億円であったが、スマートフォン等市場が同124%増の8,336億円であった。スマートフォンの普及に伴い、コンテンツ市場も既存のフィーチャーフォンからスマートフォンへのシフトが加速していることが見て取れる。

同調査によれば、2012年のモバイルコンテンツ関連市場は、スマートフォンの普及によって市場に大きな変化が顕在化した年であった。同調査では、モバイルコンテンツ市場において、フィーチャーフォン時代のキャリア公式サイトにおける月額課金モデルからスマートフォンのiOSとAndroidに代表されるグローバルOS上での多様なプラットフォームモデルへの転換が進展したと報告している。2013年はその動きがさらに活発化している。

また、同調査によれば、2013年のフィーチャーフォン向けの占いコンテンツの市場規模は前年比42%減の71億円となった。減少はしたものの、市場全体の減少幅よりも小さかったため、構成比は同0.4ポイント増の2.9%となった。

フィーチャーフォン占い市場規模推移（億円）



出所：一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムなどの資料をもとにSR社作成

同調査では、フィーチャーフォン市場とスマートフォン等市場ではデータの集計方法が異なっている。スマートフォン向けモバイルコンテンツ市場の内訳については、４つの分類（ゲーム・ソーシャルゲーム等市場、動画・映像配信市場、音楽コンテンツ市場、その他）で開示しており、占いコンテンツの動向については言及していない。ただし、現在のスマートフォン市場向けコンテンツの拡大はゲーム・ソーシャルゲーム等の市場の隆盛が大きく寄与していると結論付けている。

モバイルコンテンツ(スマートフォン等）市場の内訳

分 類	2011年	2012年	2013年	前年比	概　　要
ゲーム・ソーシャルゲーム等市場	481	2607	5597	114.7%	オンラインゲーム、SNS等での課金コンテンツ。アバター、アイテム等購入可能な道具類を含む。
動画・映像配信市場	-	262	960	266.4%	スマートフォン等で利用可能な動画、映像配信コンテンツ
電子書籍市場*	-	-	684	-	スマートフォン等で利用可能な書籍・コミック・雑誌コンテンツ
音楽コンテンツ市場	-	198	398	101.0%	スマートフォン等で利用可能な配信された音楽コンテンツ
その他	325	650	697	7.2%	
合計	806	3717	8336	124.3%	

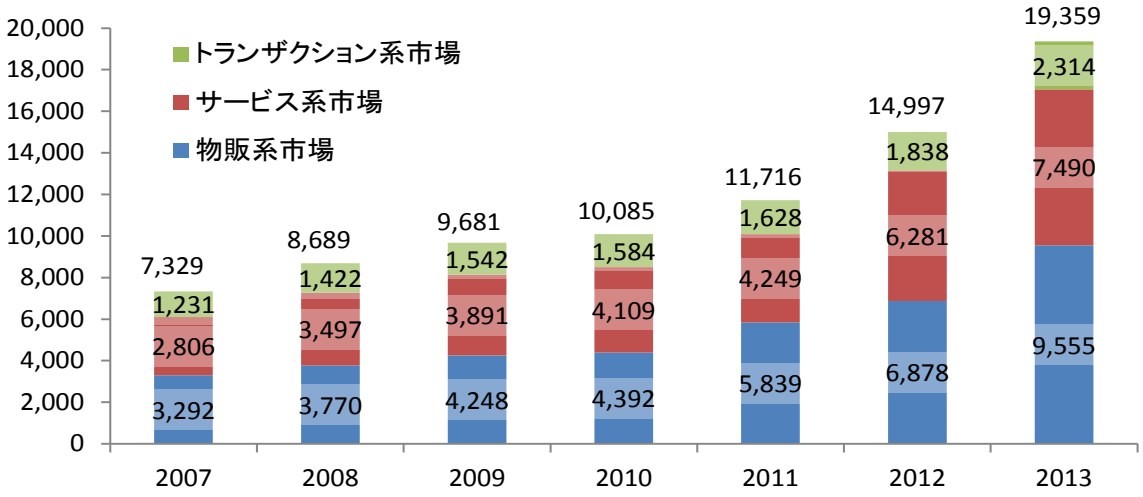
出所：一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調査
*電子書籍は2013年より調査項目に追加

一般的には、スマートフォンユーザーの方がコンテンツの利用頻度やコンテンツ単価が高いと見られている。SR社では、占いコンテンツは女性を中心に根強いコンテンツであるが、同社の売上動向を見る限りスマートフォンユーザーのニーズを十分に取り込めていないと思われる。このため、スマートフォンのユーザーの基盤が拡大するのにあわせて、如何に占いコンテンツをユーザーに訴求するかが今後の鍵になると見られる。

コマース市場

モバイル関連市場のうち、2013年のモバイルコマースの市場規模はサービス系市場の拡大が大きく寄与し前年比29%増の19,359億円であった。内訳をみると、物販系市場が同39%増の9,555億円、サービス系市場が同19%増の7,490億円、トランザクション系市場が同26%増の2,314億円といずれの市場も順調に拡大している。同調査では、モバイルコマース市場は。ＰＣと同等の表現力を持ち、携帯電話と同様に時と場所を選ばず簡便に利用できるスマートフォンの増加により、ユーザー層、利用シーンともに広がり順調に拡大しているとしている。

モバイルコマース市場の内訳（億円）



出所：一般財団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムの資料などをもとにSR社作成

顧客

コンテンツ事業においてはF1・F2層（20代から40代の女性）の顧客が主要セグメントであり、女性が全体の7～8割を占める。

サプライヤー

占いコンテンツにおいてのサプライヤーは監修者である占い師となる。同社の委託先となる占い師は100名を超える。メディア露出の高い著名占い師は当然のことながら人気があり、人気占い師を含めた数多くの占い師の囲い込みは重要である。

コマース事業におけるサプライヤーは、商品を供給している生産業者となり、食料品から衣料品まで幅広いジャンルとなる。

参入障壁

監修者は、会員数の多い運営サイトとの提携を好む傾向があり（自らの収入に結び付くため）、企業規模が監修者の囲い込みに有効であり、参入障壁、差別化要因となっている。一方、コマース関連事業における参入障壁は低い。このことは同社も十分認識しており、価格訴求ではなく提案型の商品展開で差別化を図っている。

競合環境

同社および「2011年モバイルコンテンツ関連市場規模調査」によると、同社はモバイル占いコンテンツ市場において30%前後の市場シェアを誇る。競合先としては、（株）メディア工房（東証マザーズ3815）、（株）エムティーアイ（JASDAQ 9438）、未上場では、（株）ポッケ（（株）ベルシステム24の子会社）などが挙げられる。メディア工房は占いコンテンツの専業として事業展開しているが、売上規模は同社の1/4程度（2012年度）である。

SW（Strengths, Weaknesses） 分析

強み（Strengths）

- **高い収益力：**同社は「占い」を中心にコンテンツを量産する体制を構築し、オペレーションを標準化することにより、サイトを効率的に運用してきた。設備投資は少なく済み、従ってフリーキャッシュフローは安定してプラスで推移している。こういった高い収益力と財務の健全性は、今後の新規投資やM&A実施などの際に有利に働く上、外部環境の悪化への耐久性の高さを示すだろう。
- **F1層（20～34歳女性）からの高い支持：**同社のコア会員層は、20代から30代の女性という可処分所得の多いセグメントである。そしてこのF1層の豊富な登録データと強固な会員基盤、CRMノウハウがあり、この消費旺盛なセグメントに即したビジネス展開ができる。
- **監修者に対するブランド力：**同社は、占い師や料理人など監修者に対する訴求力が強い。監修者は自らの売上を増やすには、より会員数の多い運営会社と提携した方が有利であり、大手企業、会員数の多い運営サイトとの提携を好む傾向がある。運営サイトとしても、監修者のブランド力で集客が可能なため、人気監修者の囲い込みは重要である。

弱み（Weaknesses）

- **レガシープラットフォームへの依存が高かった：**同社は、フィーチャーフォンにおいて占いコンテンツ市場の高いマーケットシェアを保持していた。このことは、強みでもある反面、スマートフォンという新たなプラットフォームが普及しつつある現在において、同社は人材強化を含めビジネスの再構築を強いられている。過去のトラックレコードを鑑みれば、同社がスマートフォンにおいても高いシェアを保持していく可能性は高いが、現時点においては試行段階である。
- **既存事業がニッチ市場へ特化：**同社が現行のポジションを築く上で、プラスに寄与したニッチ市場への特化は、逆にいえば、同社の専門性が特定分野に絞られていることである。新規事業を立ち上げる際には、その専門性を活かしきれるか否かは現段階では不透明さを残している。同社は、コマース関連事業への展開を進めていたが、強みのあるコンテンツ事業の拡充を優先するために、2015年4月期後半より、コマース事業の選択と集中を進めている。
- **既存事業が国内市場に依存：**国内市場においては成長余地が限られている一方、海外市場には同社の国内での成功モデルやノウハウを活用していけば大きなポテンシャルがあると考えられ、同社はその展開に着手した。一方、同社は2012年4月期までは国内市場に依存していたため、海外展開に関しては現地の情報や言語の問題など、クリアしなければならない点も多い。2012年12月に買収したDaily Insight Groupを軸に海外展開を図っている点は、正しい戦略として評価できよう。大々的に成功できるか否かはまだ不透明な状態であるが、今後の展開が期待される。

過去の実績および財務諸表

過去の実績

2015年4月期通期業績

2015年4月期の売上高は7,582百万円（前期比7.0%減）、営業利益は517百万円（同28.4%減）、経常利益は729百万円（同3.2%減）、当期純利益は242百万円（同35.5%減）となった。

その他の事業、及びコマース関連事業は増収となったが、収益の柱であるコンテンツ事業において、フィーチャーフォンを中心としたユーザーの減少が続き、全体では減収となった。営業利益については、コスト管理の徹底により販売費及び一般管理費を削減したが、利益率の高いコンテンツ事業の減収により、前期比で28.4%減益となった。

一方、経常利益では、為替差益を計上したことなどにより、前期比3.2%減益となった。なお、連結子会社であるビーバイイー社の固定資産及びのれん未償却残高の全額378百万円の減損損失を特別損失に計上した。さらに、ビーバイイー社の株式譲渡契約締結に伴う関係会社株式評価損に係る繰延税金資産の計上等により、法人税等調整額が、-133百万円となった。この結果、当期純利益は前期比35.5%減益となった。

四半期ベースの業績動向

(百万円)	2014/4 1Q	2Q	3Q	4Q	2015/4 1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	1,882	2,017	1,912	2,343	1,678	2,091	1,800	2,013
売上原価	587	646	581	945	626	935	684	787
売上原価率	31.2%	32.0%	30.4%	40.3%	37.3%	44.7%	38.0%	39.1%
労務費	129	147	138	156	135	138	108	111
ロイヤリティ	152	137	142	126	116	120	116	112
商品原価	169	239	206	547	230	550	340	386
外注費	112	100	101	97	75	64	75	120
その他経費	57	64	37	50	94	80	68	74
他勘定振替	-34	-42	-45	-33	-26	-19	-24	-17
販管費	1,120	1,275	1,138	1,123	968	987	941	1,087
販管費率	59.5%	63.2%	59.5%	47.9%	57.7%	47.2%	52.3%	54.0%
人件費	226	247	243	290	284	297	287	303
広告宣伝費	367	474	368	318	209	222	204	320
回収代行手数料	182	185	177	161	137	144	136	139
のれん償却費	54	54	56	57	57	58	62	51
その他経費	288	312	292	295	278	263	250	272
営業利益	175	93	191	263	60	177	145	135
営業利益率	9.3%	4.6%	10.0%	11.2%	3.6%	8.5%	8.0%	6.7%
経常利益	152	100	247	253	63	260	261	144
経常利益率	8.1%	5.0%	12.9%	10.8%	3.8%	12.5%	14.5%	7.2%
当期純利益	86	72	161	56	52	160	-250	281
当期純利益率	4.6%	3.6%	8.4%	2.4%	3.1%	7.6%	-13.9%	14.0%

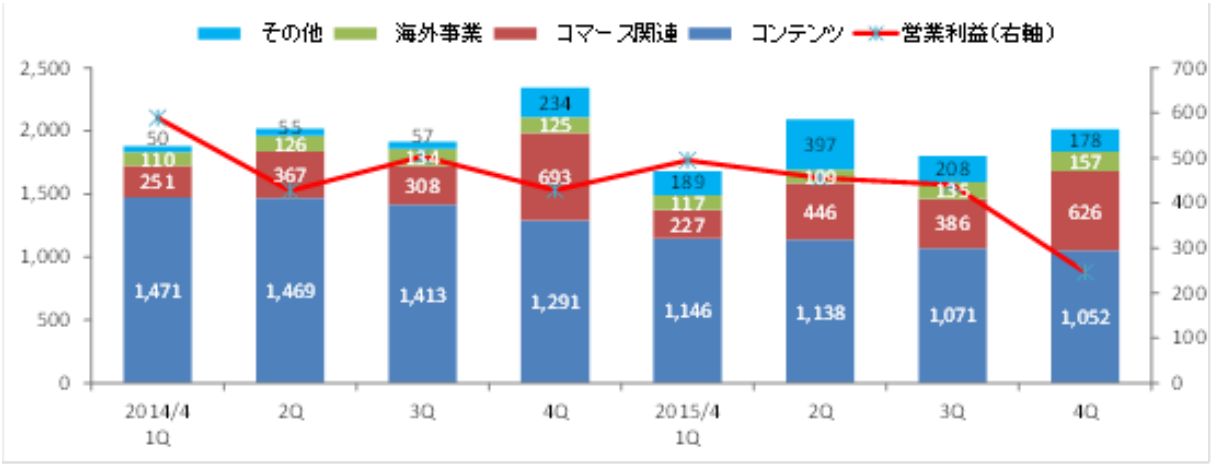
出所：同社決算説明会資料をもとにSR社作成

デバイス別コンテンツ売上については、フィーチャーフォン向けの減少幅は縮小してきてはいるが、フィーチャーフォンの減少にスマートフォン向けの成長が追い付いていない。このため、コンテンツ事業全体では減収となった。

なお、事前の通期会社計画に対する進捗率は売上高が98.1%にとどまったものの、営業利益は103.3%となった。利益面で上振れたのは、下期に計画していたスマートフォンコンテンツの立ち上げが遅れたことで、計画していた広告宣伝費が使えなかったことが一因である。同社によれば、新規コンテンツを生み出すための体制づくりに手間取ったことが一因であり、必ずしもポジティブな理由ではない。ただし、同社によれば、2016年4月期第１四半期からは、遅れていたコンテンツ（２つのゲームアプリ）の投入が実現し、順調に立ち上がり始めたとしている。

このため、同社では、2015年4月期の第４四半期より、経営資源を中核事業であるコンテンツ事業に集中させる戦略を打ち出している。また、この一環で、コマース事業においては、選択と集中を進めており、立ち上げに難航している事業や、業績が低迷している事業の売却を実施している。

四半期ベースの売上高及び営業利益の推移　（百万円）



出所：会社資料をもとにSR社作成

セグメント別の概況は以下のとおり。

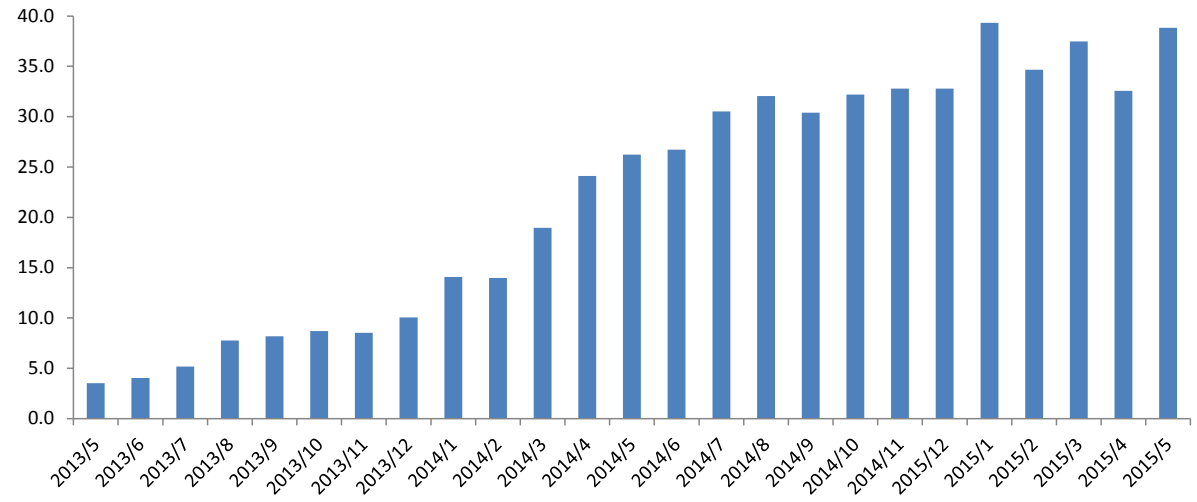
コンテンツ事業

同事業の売上高は4,408百万円（前期比21.9%減）、営業利益は1,637百万円（同16.0%減）であった。

同事業では、引き続きフィーチャーフォンユーザーが緩やかに減少したことにより減収となったが、コスト管理の徹底によりセグメント利益率は改善した。なお、当第４四半期には若年齢層向けカジュアル占いアプリ「Chapli（チャプリ）」をオープンし、従来とは異なる形式の占いサービスの提供を開始した。また、占い以外の新たなジャンルへ挑戦すべくゲームコンテンツの開発のほか、大人の独身女性向けに素敵な体験を提供するサービス「solomono（ソロモーノ）」をオープンするなど、新たなサービスの企画開発に積極的に取り組んだ。

2015年4月期は、新規メディアの立ち上げに注力し、集客メディアPV数（ページ閲覧数）を増やすことで集客力の強化を図る計画であった。このＰＶ数については、2015年5月末時点で約3.9百万PVとなった。趨勢的に増加傾向にあるが、新規コンテンツの投入遅れなどもあり、同社の想定水準には満たなかったもようである。一方、新サービスの提供では、2015年4月22日にオープンしたチャット占い「Chapli」の鑑定件数は約2か月で4,000件超と好調な滑り出しとなった。同社によれば、「Chapli」は若年層向けのカジュアルなアプリであり、収益よりも、むしろ集客効果を期待しているとのこと。2016年4月期はこれらの占いアプリやゲームアプリの拡充をフックとして、フィーチャーフォン時代にカジュアルなアプリを利用していた層の取り込みを図るとしている。

集客メディアPV数の推移（百万PV）



出所：同社資料をもとにSR社作成

コマース関連事業

同事業の売上高は1,686百万円（前期比4.0%増）、営業損失は194百万円（前期は営業損失164百万円）であった。

同事業は増収は確保したものの、立ち上げ期の事業もあり、事業全体では赤字基調が続いている。このため、同社では2016年4月期に向けて、同事業の選択と集中を実施した。通販サイト「藤巻百貨店」やベビー＆キッズ用品のオンラインセレクトショップ「cuna select」が着実に成長した。とりわけ、「藤巻百貨店」の業績は順調に推移しており、売上高は前期比で2桁増となった。この結果、「藤巻百貨店」は当期で黒字に転換し、継続的に利益を生み出せる規模へと拡大した。一方、女性向けアパレルの定期購入型オンラインショップ「STYLEST」は、売上高は増加しているが、継続的に計画を下回って推移していることから、当初想定していた事業規模へと拡大させるには時間を要すると判断し、当第４四半期に他社へ譲渡した。

また、ユーザーの減少が続いている既存モバイルコマースサイトについても、他社へ譲渡した。ビーバイイー社は、当第4四半期に主力商品のリニューアルを行ったことから売上高は増加したが、競争激化のため、商品原価や販売管理費等コストが増加する結果となった。また、同社グループ戦略を検討した結果、同社は2015年5月に保有するビーバイイー社の株式全てを譲渡し、これによりビーバイイー社は同社連結子会社から除外された。

海外事業

同事業の売上高は517百万円（前期比4.4%増）、営業損失は83百万円（前期は78百万円の営業損失）であった。

米国での占いコンテンツビジネスは主に広告収入を収益源に展開しているが、売上高は為替の影響もあり増収となった。利益面についても、同社の効率的なコンテンツ運営ノウハウの投入や、コスト構造の見直しを実施した結果、ドルベースではセグメント損失が減少したが、円安による為替換算の影響が加わった。

その他の事業

同事業の売上高は971百万円（前期比145.2%増）、営業損失は158百万円（前期は営業損失380百万円）であった。

売上高は、旅行事業の売上増に加え、開発受託、電話占いの増加により増収となった。また、売上高の増加に加え、広告宣伝費等コスト減少により、セグメント損失が減少した。

2015年4月期第3四半期業績

2015年4月期第３四半期の売上高は5,569百万円（前年同期比4.2%減）、営業利益382百万円（同16.9%減）、経常利益584百万円（同17.0%増）、四半期純損失39百万円（前年同期は四半期純利益319百万円）となった。

売上高については、収益の柱であるコンテンツ事業において、フィーチャーフォンユーザーの減少が続いたことから前年同期比で減収となったものの、その他の事業及びコマース関連事業は増収となった。また、コスト管理の徹底により販売費及び一般管理費を削減したが、利益率の高いコンテンツ事業の減収により営業利益は減少した。

なお、四半期別の売上原価率の推移をみると、第3四半期の比率は直前の第2四半期に比べて6.7ポイント低い38.0%となった。主因は、商品原価と労務費が減少したためである。商品原価が減少したのは、新製品の端境期で、商品販売の比率が低下したためである。一方、労務費に関しては、コンテンツ事業の既存サービスのスリム化の効果により低下した。ただし、同事業では、第4四半期以降は、新サービスを相次いで立ち上げることもあり、再度上昇する可能性もあると見られる。

連結売上原価の四半期推移

	2014年4月期		2015年4月期		
(百万円)	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
労務費	138	156	135	138	108
ロイヤリティ	142	126	116	120	116
商品原価	206	547	230	550	340
外注費	101	97	75	64	75
その他経費	37	50	94	80	68
他勘定振替	-45	-33	-26	-19	-24
売上原価合計	581	945	626	935	684
売上原価率	30.4%	40.3%	37.3%	44.7%	38.0%

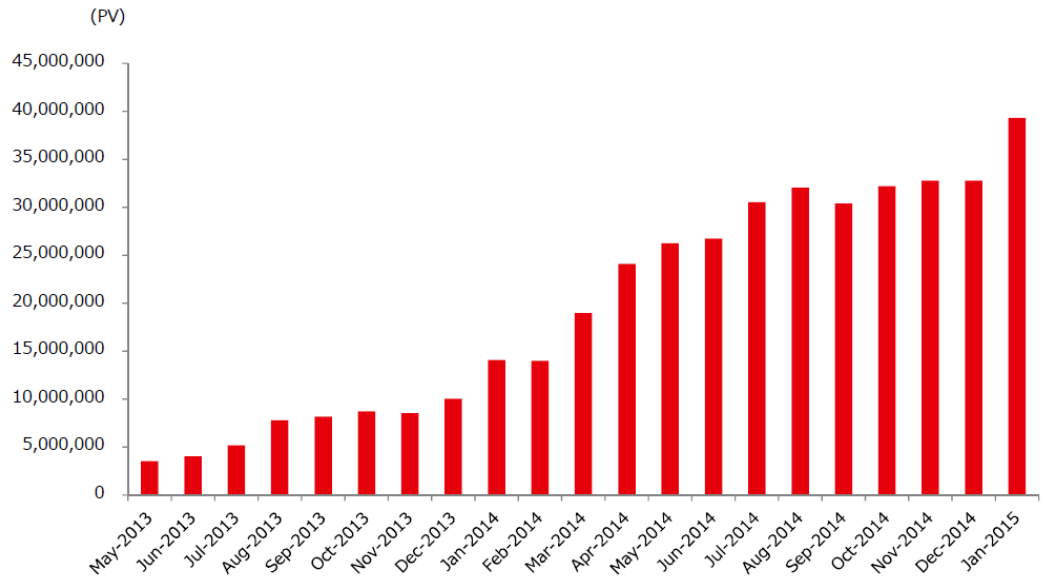
注：会社資料をもとにSR社作成

経常利益については、為替差益の計上により増加した。また、連結子会社である（株）ビーバイイーの最近の業績動向を踏まえ、固定資産及びのれん未償却残高の全額378百万円の減損損失を特別損失に計上した。

モバイルビジネスを取り巻く環境については、スマートフォンの普及が続いており、（株）MM総研では、国内スマートフォン契約率が2014年３月末の47.0%から2019年３月末には70.9%に達すると予想している。このような環境下、同社は増加するスマートフォンユーザーを取り込むべく新たな集客の仕組みづくりに努めるほか、同社主要顧客層（20代～40代の女性）のニーズに合致した商品ラインナップの拡充に努めた。

同社が注力する集客メディアのPV数は、季節的な変動はあるものの、取り扱いメディアの拡充効果などにより、趨勢的な増加傾向は続いている。当第3四半期では、新年における占い需要の盛り上がりにより、2015年1月のPVが大きく増加した。2015年2月はその反動で減少したが、趨勢的には上昇傾向は続いているもようである。

集客メディアPV数の推移



出所：同社資料
*集客メディアPV数は、i無料占い、PROLO、Tarot.com.jp、ウートピ、NewSphereの合計。

なお、第3四半期の業績結果を受けて同社は通期業績の修正を発表した。修正後の通期計画、および修正理由は以下の通りである。

2015年４月期通期業績予想・配当予想修正

▶ 売上高：　7,730百万円　（前回予想7,500百万円）
▶ 営業利益：　500百万円　（同0百万円）
▶ 経常利益：　700百万円　（同0百万円）
▶ 当期純利益：　60百万円　（同 -13百万円）
▶ 期末配当：　10円　（同　未定）

修正の理由

売上高については、主力のコンテンツ事業においてフィーチャーフォンユーザーの減少が想定よりも少なく、既存の占いサービスが期初の想定よりも好調に推移していることから増加する見込みとなった。利益面については、売上高の増加要因に加え、新規サービスの投入の遅れもありコストが計画を下回って推移していることから上方修正した。

特別損失の計上

同社連結子会社である（株）ビーバイイーの主力製品である自然派シャンプー分野において競争が激化しているため、商品力や営業力の強化を図ることで売上高を維持しきた。しかしこれらの施策によるコストの増加をカバーするまでには至らず、継続的に事業計画を下回って推移する見込みとなり、当初想定の収益達成には時間を要すると判断した。その結果、固定資産及びのれんの未償却残高の全額378百万円の減損損失を特別損失に計上した。

配当修正の理由

2015年４月期については、不透明な事業環境を鑑み、期初における配当予想を未定としていたが、業績や事業投

資の進捗度合い、営業外損益や特別損益の内容を斟酌し１株当たり年間配当金額を10 円とした。

修正後の通期計画に対する当第３四半期の進捗率は、売上高で72.0%（前年同期は71.3%）、営業利益で76.3%（同63.6%）である。当第3四半期の進捗率は売上高、営業利益ともに前年同期を上回っている。逆算すれば、第4四半期の利益水準は前年同期に比べ大幅に落ち込むことになる。同社ではこの理由として、2015年4月を目途に恋愛ゲームなどの新サービスを投入予定であり、この立ち上げ費用を織り込んでいるとのこと。同社では、来期に向けて、これら新サービスの立ち上げに注力し、売上の拡大を狙うとしている。

各セグメントの業績動向は以下の通りである。

コンテンツ事業
売上高3,356百万円（前年同期比22.9%減）、営業利益1,390百万円（同8.5%減）

拡大するスマートフォンユーザーを取り込むべく新たな集客の仕組みづくりに努めるほか、継続して新規コンテンツの投入や新サービスの企画開発などに取り組んだ。第３四半期連結累計期間においては、フィーチャーフォンユーザーの減少に加え、スマートフォン向け新サ ービスの企画開発の遅れにより売上高が減少したが、コスト管理の徹底によりセグメント利益率は改善した。

同セグメントの利益水準は社内計画に対して、大幅に上振れているとのこと。その理由は、利益率の高いフィーチャーフォンユーザーの減少幅が想定よりも小幅にとどまったこと、当第3四半期の始動を計画していた新サービスの遅れにより、見込んでいた立ち上げ費用が発生しなかったこと、の2点を挙げている。同社では、開始が遅れた新サービスに関しては、2015年4月をめどに始動する計画であるとしている。

コマース関連事業
売上高は1,060百万円（前年同期比14.3%増）、営業損失は305百万円（前年同期は237百万円の営業損失）

「藤巻百貨店」や、ベビー＆キッズ用品のオンラインセレクトショップ「cuna select」、女性向けアパレルの定期購入型オンラインショップ「STYLEST」が成長し、前年同期比で単体事業の売上高は増加した。一方、子会社のビーバイイー社は、主力製品である自然派シャンプー分野において、相次ぐ競合の参入により競争が激化し、新商品の投入により前年同期比で増収となったものの、競争力を維持すべく商品力及び営業力を強化したことにより、商品原価や販売促進費等コストが増加する結果となった。

同社によれば、社内計画に対して、子会社のビーバイイー社の業績は下振れたが、単体事業の上振れで相殺し、セグメント全体ではほぼ想定通りの水準を確保したとのこと。なお、ビーバイイー社は第４四半期に新製品の投入を計画しており、巻き返しを図るとしている。

海外事業
売上高は360百万円（前年同期比2.6%減）、営業損失は97百万円（前年同期は48百万円の営業損失）

米国に拠点を置く同社100%子会社Zappallas,Inc.(U.S.)が占いコンテンツビジネスを展開している。第３四半期においては、着実に利益を生み出せる体制を構築すべく、同社の効率的なコンテンツ運営ノウハウの投入や、コスト構造の見直しを実施したため一時的にコストが増加したが、着実に利益を生み出せる体制へと変化している。

同事業では、今上期に実施した体制見直し効果が顕在化しはじめた。四半期ベースの業績では、当第3半期は、季節要因で広告需要が盛り上がったこともあり、償却前の営業利益で黒字転換を実現している。

その他の事業
売上高は793百万円（前年同期比388.4%増）、営業損失は104百万円（前年同期は317百万円の営業損失）

第３四半期においては、季節要因による旅行事業の売上増加に加え、開発受託の増加及び電話占いの着実な成長により、前年同期比で増収となった。また、売上高の増加に加え広告宣伝費等コストの減少により、営業損失が減少した。

同社によれば、旅行事業が社内想定以上に堅調に推移しており、その他の事業全体でも会社計画を上回る水準で推移しているもようである

2015年4月期第2四半期業績

2015年4月期第2四半期の売上高は3,769百万円（前年同期比3.3%減）、営業利益237百万円（同11.8%減）、経常利益324百万円（同28.2%増）、四半期純利益211百万円（同33.4%増）となった。通期業績予想は変更していない。

売上高については、収益の柱であるコンテンツ事業において、フィーチャーフォンユーザーの減少が続いたことから前年同期比で減収となったものの、その他の事業及びコマース関連事業は増収となった。また、コスト管理の徹底により販売費及び一般管理費を削減したが、利益率の高いコンテンツ事業の減収により営業利益は減少した。経常利益、四半期純利益については、為替差益の計上や、貸倒引当金繰入額の減少等により増益となった。

モバイルビジネスを取り巻く環境については、スマートフォンの普及が続いており、（株）MM総研では、国内スマートフォン契約率が2014年３月末の47.0%から2019年３月末には70.9%に達すると予想している。このような環境下、同社は増加するスマートフォンユーザーを取り込むべく新たな集客の仕組みづくりに努めるほか、同社主要顧客層（20代～40代の女性）のニーズに合致した商品ラインナップの拡充に努めた。
通期計画に対する売上高の進捗率は50.3%（前年同期は47.8%）となった。第1四半期の売上高については、コマース関連事業が一時的な売上の落ち込みで出遅れたが、コンテンツ事業の上振れでカバーした。第2四半期は、スマートフォン向けサービスの新規サイトの投入遅れなどから、コンテンツ事業の伸びが減速したが、コマース関連事業においては、一時的要因の消失と子会社における新製品効果などにより第1四半期の出遅れを挽回した。この結果、上期の連結売上高は会社計画を若干上回る水準を確保したもようである。

営業利益も、会社計画に対して上振れたもようである。同社は、この主因として、相対的に利幅の高いフィーチャーフォン向けサービスの減少幅が想定よりも小幅にとどまっているためとしている。また、今期はスマートフォン向けコンテンツ事業拡充のための戦略的投資を見込んでいるが、上期はこの展開に出遅れたことで開発費や広告宣伝費などの費用も想定ほどに発生しなかったことも利益上振れの一因であったとのこと。このため、同社では通期の利益計画に関しては期初計画据え置きとしている。

セグメント別の概況は以下の通りである。

コンテンツ事業

売上高2,284百万円（前年同期比22.3%減）、営業利益950百万円（同6.5%減）

スマートフォンユーザーを取り込むべく新たな集客の仕組みづくりや、新規コンテンツの投入、新サービスの企画開発などに継続して取り組んだ。フィーチャーフォン向けサービスの売上減少が続いたが、その傾向は緩やかになりつつある。一方で、スマートフォン向けサービスの拡充や会員数の増加等により、スマートフォン向けサービスの売上高は増加した。

同社では、フィーチャーフォンからスマートフォンへのシフトにより、フィーチャーフォン向けサービスの売上減少傾向は続くとみている。しかしながら、スマートフォン向けの新規メディア投入の遅れなどから、フィーチャーフォンからスマートフォンへのシフトのペースは同社の想定を下回っており、そのため、フィーチャーフォン向けサービスの売上高の減少幅は同社の想定より小幅にとどまったとしている。

同社によれば、フィーチャーフォン向けサービスは縮小傾向にあるが、利益率では立ち上げ期にあるスマートフォン向けサービスよりも高水準にあるとのこと。このため、フィーチャーフォンの減少幅が小幅にとどまったことは、利益的にはプラスに働いているもようである。

なお、同社が集客力の指標として注目するPV数は、2014年10月で約3,200万（2014年7月は3,000万強）となった。同社によれば、スマートフォン向けの新規メディアや新規コンテンツの投入遅れもあり、PV数の伸びは減速しているとのこと。このため、同社では、内製主体であった従来のコンテンツ開発の形態を見直している。今秋からは、上振れ傾向にあるフィーチャーフォンの利益を原資として、外部の力を積極的に活用した開発体制を推進し、スマートフォン関連のウェブサイトやメディアやコンテンツの展開を加速させようとしている。

同社では、今期の期初計画では、今期中に10個の新規ウェブサイトを立ち上げる計画であったが、外部の力を積極的に活用することにより今期中に投入するサイト数を大幅に積み増すとしている。さらに期初には織り込んでいなかった周辺のアプリ開発も進めるとしている。これにより、今期末までに１億PVを達成するとしている。

同社によれば、中期戦略で注力するとした、F1、F2層（20代から40代の女性層）向けのコンテンツの開発も、第3四半期以降の投入に向けて準備が進んでいるとのこと。上半期は出遅れたが、年明けから第4四半期に向けてサイトやアプリの展開が本格化するもようである。

コマース関連事業

売上高は674百万円（前年同期比8.9%増）、営業損失は202百万円（前年同期は161百万円の営業損失）

ベビー＆キッズ用品のオンラインセレクトショップ「cuna select」、女性向けアパレルの定期購入型オンラインショップ「STYLEST」が成長し、前年同期比で売上高が増加した。また、（株）ビーバイイーは、当第2四半期において新商品「medel」のスキンケアラインを投入したことにより売上高が増加した。コスト面については、競争力を維持すべく営業力強化を目的として、販売促進費及び人件費等、販売費及び一般管理費が増加する結果となった。

第1四半期のコマース関連事業は、子会社ビーバイイー社の新製品の端境期であったことや、ビーバイイー社が前

期末に投入した新製品の一部返品があったこと、「藤巻百貨店」においてFacebookを活用した販促活動を一時的に停止したことなどにより、会社計画比で下振れて着地した。ただし、第2四半期には、これらの特殊要因消失に加え、ビーバイイー社で投入された新製品の効果などから売上が増加している。

この結果、第1四半期の出遅れを、第2四半期で挽回し、上期全体では会社計画なみの水準を確保したもようである。同社によれば、下半期にもビーバイイー社の新製品投入を計画しており、売上の底上げが期待できるとしている。

海外事業

売上高は225百万円（前年同期比4.4%減）、営業損失は90百万円（前年同期は40百万円の営業損失）

米国に拠点を置く同社100%子会社Zappallas,Inc.(U.S.)が占いコンテンツビジネスを展開している。第2四半期においては、着実に利益を生み出せる体制を構築すべく、同社の効率的なコンテンツ運営ノウハウの投入や、コスト構造の見直しを実施したため一時的にコストが増加した。

同社によれば、海外事業の収益は想定よりも若干下振れて着地したもようである。ただし、下期に向けては、上期に実施したコスト構造見直し効果の顕在化により、収益の好転が期待できるとしている。

その他の事業

売上高は586百万円（前年同期比453.1%増）、営業損失は76百万円（前年同期は235百万円の営業損失）

第２四半期においては、季節要因による旅行事業の売上増加に加え、開発受託の増加及び電
話占いの着実な成長により、前年同期比で増収となった。

第１四半期の売上高は、電話占いの売上が順調に増加していることや、旅行事業を行う（株）PINKが加わったことにより増収となった。第２四半期は、旅行事業にとって年間最大の需要期であったためにPINK社の売上が第１四半期比で大幅に増加したとのこと。また、ソリューション事業において一時的な案件受注の寄与もあったため、その他の事業全体の売上高も前年同期比で大幅増収となった。
この結果、会社想定に対して、売上高は若干上振れ、営業利益の赤字幅も想定より小幅にとどまったもようである。

2015年4月期第1四半期業績

2015年4月期第1四半期の売上高は1,678百万円（前年同期比10.8%減）、営業利益60百万円（同65.9%減）、経常利益63百万円（同58.4%減）、四半期純利益52百万円（同40.3%減）となった。

売上高減少の主因は、コマース関連事業における子会社ビーバイイー社の売上減少とコンテンツ事業におけるフィーチャーフォン売上減少によるもの。利益面では、利益率の高いコンテンツ事業の売上高減少に加え、コマース関連事業でも、第1四半期において新商品の発売がなかったことや、前期末に投入した新製品の一部返品などがあったことから子会社ビーバイイー社の売上及び利益が減少し、前四半期で連結営業利益が減少した。

ただし、フィーチャーフォンの減少幅が同社の想定よりも小幅にとどまったため、コンテンツ事業は会社計画比で上振れて着地したとのこと。コマース事業は前期末の新製品の一部返品などがあった影響で若干ながら下振れ

たもようだが、コンテンツ事業の上振れで吸収し、連結ベースの営業利益は小幅ながら上振れて着地したもようである。

なお、同社の営業利益の今期計画は、コンテンツ事業において新規ビジネスの立ち上げを優先する計画となっている。特に、下期には新規ビジネスに対する戦略的な費用が発生するもようである。このため、通期の会社計画は据え置かれている。

セグメント別の概況は以下の通りである。

コンテンツ事業
売上高1,146百万円（前年同期比22.1%減）、営業利益495百万円（同16.0%減）

スマートフォンユーザーを取り込むべく新たな集客の仕組みづくりや、新規コンテンツの投入、新サービスの企画開発などに継続して取り組んだ。スマートフォン向けサービスの拡充や会員数の増加等により、スマートフォン向けサービスの売上高は増加したが、フィーチャーフォン向けサービスの売上減少を補うまでには至らなかった。

ただし、上述した様にフィーチャーフォン向けサービスの売上は、会社計画比では上振れており、この傾向は現在も続いているもようである。スマートフォン向けサービスでも、通信会社との契約条件変更の影響はあったが、継続会員数は増加傾向にある。また、同社が集客力の指標として注目するPV数に関しても、増加トレンドが続いており、第1四半期で3,000万を超える水準となった。同社によれば、集客力の強化施策も順調に進んでいるとのこと。同社の今期計画では、スマートフォンメディア10サイト（2014年7月以降に平均で月間１サイト）の新規立ち上げを想定しているが、8月に2サイトを投入し、9月も１サイトの立ち
上げが実現するもようである。また、中期戦略で注力するとした、F1、F2層（20代から40代の女性層）向けのコンテンツの開発も、第２四半期以降の投入に向けて順調に進んでいるとのことである。

コマース関連事業
売上高は227百万円（前年同期比9.5%減）、営業損失は169百万円（前年同期は93百万円の営業損失）

コマース関連事業は、子会社ビーバイイー社の新製品の端境期であったことや、ビーバイイー社が前期末に投入した新製品の一部返品があったために、会社計画比で小幅ながら下振れて着地したとのこと。ただし、第2四半期には新製品の投入が計画されており、今後の回復が期待される。

減収要因としては、「藤巻百貨店」においてFacebookを活用した販促活動を一時的に停止したことによる売上の減少や、既存モバイルコマースサイトの売上減などもあった。ただし、女性向けアパレルの定期購入型オンラインショップ「STYLEST」では会員数が増加し、ベビー＆キッズ用品のオンラインセレクトショップ「cuna select」においては人気の定番商品が誕生するなど着実に成長した。また、（株）ビーバイイーは、第１四半期においては新商品の発売がなかったため、売上高は低調に推移したが、新商品の企画開発に取り組んでいる。

海外事業
売上高は117百万円（前年同期比6.0%増）、営業損失は45百万円（前年同期は32百万円の営業損失）

米国に拠点を置く同社100%子会社Zappallas,Inc.(U.S.)が占いコンテンツビジネスを展開している。第１四半期においては、着実に利益を生み出せる体制を構築すべく、同社の効率的なコンテンツ運営ノウハウの投入や、コスト構造の見直しを実施したため一時的にコストが増加した。ただし、下期に向けては、これらのコスト構造見直しの効果が顕在化するとみられる。

その他の事業

売上高は189百万円（前年同期比274.0%増）、営業損失は42百万円（前年同期は117百万円の営業損失）

第１四半期においては、電話占いの売上が順調に増加していることや、旅行事業を行う（株）PINKが加わったことにより増収となった。また、増収に加え広告宣伝費等のコストが減少したことにより、セグメント損失が縮小した。第２四半期にはこの改善トレンド継続に加えて、ソリューション事業における一時的な案件受注の寄与も見込まれるもようである。

2014年4月期通期業績

2014年4月期の売上高は8,155百万円（前期比8.3%減）、営業利益は722百万円（同49.2%減）、経常利益は752百万円（同54.5%減）、当期純利益は375百万円（同59.0%減）となった。売上高の減少は主力のコンテンツ事業におけるFP（フィーチャーフォン）売上の減少によるもの。売上高が減少する中で、販管費はほぼ同水準で推移したため、営業利益は前期比49.2%減となった。

四半期別の売上高でみると第4四半期の売上高が急増している。これは子会社ビーバイイー社の新製品投入効果でコマース関連売上が急増したためである。「BxE」の新商品『medel』が2014年3月中旬に発売され、「BxE」売上高は前四半期比３倍となった。売上原価も、「BxE」向けの商品原価の増加で前四半期比で急増している。また、第4四半期は賞与支払いが含まれることもあり、労務費も若干増加している。ただし、これを除けば、基本的なコスト構造に大きな変化はない。販管費では、賞与支払いの増加により人件費は増加しているが、広告宣伝費の削減で販管費総額は抑制している。この結果、営業利益を見ると、第1四半期から、第3四半期までは前年同期比で減益であったが、第４四半期は増益に転じている。

セグメント別の概況は以下のとおり。

> 2014年4月期第１四半期より、スマートフォンへの対応の一環として広告収益の獲得を目的とする部署を新設したことに伴い、従来「コンテンツ事業」に含めていた一部コンテンツ等を「その他」セグメントに含めるよう変更している。また、組織変更を行ったことに伴い各報告セグメントに含まれるコンテンツ等の見直しを行っている。なお、前期比較については、当該組替え後の数字を基準としている。

コンテンツ事業

売上高：5,644百万円（前期比16.3%減）、営業利益：1,948百万円（同23.2%減）

主力の「占い」コンテンツについては、スマートフォン市場における新たなユーザー層を獲得すべく、ライトユーザー向けの新規コンテンツの投入に加え、既存サイトのスマートフォンアプリ化や個別課金メニューの追加投入など、スマートフォン向けサービスの拡充に努めた。また、「知育」「恋愛ゲーム」コンテンツをスマートフォンアプリで提供するなど、コンテンツジャンルの拡大を目指した。これらの施策により、スマートフォン売上は増加したが、フィーチャーフォンユーザーの減少分を補うまでには至らず、減収減益となった。なお、スマートフォン売上は着実に増加していたが、第４四半期に関しては、直前の第3四半期比で若干減少している。同社によ

れば、第4四半期のスマートフォン向けコンテンツの減少も、キャリアマーケット向けコンテンツの広告レギュレーション変更の影響を一時的に受けることになったのが一因とのことである。

コマース関連事業
売上高：1,620百万円（前期比1.7%減）、営業損失：164百万円（前期は営業損失71百万円）

2013年４月期より開始した新スタイルのコマースサイト「藤巻百貨店」「cuna select」「STYLEST」の育成に注力した。Facebookを活用した販促活動等が奏功し新規サイトの売上高は順調に増加したが、既存モバイルコマースサイトの売上減少により、Eコマース事業の売上高は前期比で微増にとどまった。コスト面については、人員増や広告宣伝等による販売費及び一般管理費が増加した。 （株）ビーバイイーにおける自然派化粧品の卸売・小売事業については、2014年４月期第４四半期に新商品を発売したが、発売時期が期初計画から遅れたため、前期比で減収となった。

海外事業
売上高：495百万円、営業損失：78百万円（海外事業の開始は2013年４月期第３四半期）

米国での占いコンテンツビジネスは主に広告収入を収益源に展開しているが、広告営業の梃入れや提携先の拡充等の施策により、広告販売は堅調に推移した。一方、体制基盤強化のため、同社より１名役員を派遣し、営業、管理オペレーション整備を実施したため販売費及び一般管理費が増加した。

その他の事業
売上高：396百万円（前期比10.3%増）、営業損失：380百万円（前期は営業損失285百万円）

売上高は、電話占いが好調に推移したことに加え、第４四半期より旅行事業を営む（株）PINKが連結対象となった事による増加があったが、モバイルサイト開発受託や「前略プロフィール」広告販売の減少により、前期比で微増となった。

2013年4月期通期業績

2013年6月13日、同社は2013年4月期通期業績を発表した。

売上高・売上総利益
2013年4月期の売上高は88.9億円（前年比11.9%減）となった。

コンテンツ事業においては、モバイルユーザーのフィーチャーフォンからスマートフォンへの移行が進むなか、拡大するスマートフォンユーザーのニーズを取り込むべく、新規コンテンツの投入や個別課金メニューの充実などに積極的に取り組んだ。2013年4月期においては、フィーチャーフォンとスマートフォンを合わせたモバイル向け公式コンテンツでは194サイト、PCコンテンツでは110サイトの新規投入を行った。一方、事業環境の変化に伴い主力のコンテンツ事業の収益動向が変化し（フィーチャーフォン向け公式コンテンツの月額課金対象者数の減少）、コンテンツ事業の売上高は66.9億円（前年比15.4%減）となった。

第4四半期末におけるスマートフォン会員数は35.8万人（前四半期末32.4万人）と着実な増加傾向が続いている。フィーチャーフォン会員数においては101.8万人（前四半期末108.3万人）引き続き減少傾向が続くものの、スマー

トフォン・フィーチャーフォンを合わせた総計会員数の推移をみると減少に底打ち感も出始めた。

コマース関連事業では商品ラインナップの拡充を図る他、今期から立ち上げた新規コマースサイトの育成にも注力した。「藤巻百貨店」においては、知名度向上や、商品ラインの充実に努めるなど積極的な施策が奏功し着実に成長を続けているものの、ベビー用品を取り扱う「cuna select」などその他の新規コマースサイトの立ち上がりが遅れているほか、モバイルコマースの売上が引き続き減少基調で推移した。結果、コマース関連事業の売上高は16.5億円（前年比8.9%減）となった。

海外事業では、同社子会社であるZappallas,Inc.（U.S.）のもとで、米国で占いビジネスを展開するDaily Insight Groupの事業譲受が2012年12月14日に完了し、第3四半期（11－1月期）より連結対象となっている。新たに事業セグメントを「海外事業」として新設し、売上高は1.4億円（うち第4四半期で1.2億円）となった。日米双方の強みを活かし、シナジーの創出に向けた取り組みを始動した。

その他の事業については、主に中高生向けのプロフィールサイト「前略プロフィール」における広告販売、モバイルサイト開発受託及び「Y! Suica」等のサイト運営に引き続き注力したほか、新規サイト及び新サービスの開発等に積極的に取り組み、売上高は4.1億円（前年比10.9%増）となった。

営業利益（営業利益率）

2013年4月期の営業利益は14.2億円（前年比44.9%減）となった。セグメント利益は、コンテンツ事業が23.3億円（前年比28.0%減）、コマース関連事業が0.71億円のセグメント損失（前年は、0.85億円のセグメント損失）、海外事業が0.01億円のセグメント損失（のれん償却後）、その他事業が0.7億円のセグメント損失（前年は1.3億円のセグメント利益）となった。コンテンツ事業においてスマートフォンへの移行が進む中、広告出稿量を大幅に増加させたことや、コマース関連事業において新規サービスの立ち上がりの遅れに加え、先行費用が嵩んだことなどが影響している。また、海外事業では第4四半期においてスタッフの増員など体制基盤の強化に着手した。

同社は、第3四半期決算発表時において、通期業績予想を修正しているが、ほぼ修正予想通りでの着地となった。

経常利益

営業外収益として、為替差益（海外子会社）が2.2億円計上されており、2013年4月期の経常利益は16.6億円（前年比36.2%減）となった。

当期純利益

2013年4月期の当期純利益は9.2億円（前年比41.9%減）となった。減損損失として2.7億円を計上している。

損益計算書

損益計算書 （百万円）	08年4月期 連結	09年4月期 連結	10年4月期 連結	11年4月期 連結	12年4月期 連結	13年4月期 連結	14年4月期 連結	15年4月期 連結
売上高								
コンテンツ事業	6,509	8,079	8,828	8,920	7,911	6,741	5,644	4,408
前年比	26.6%	24.1%	9.3%	1.0%	-11.3%	-14.8%	-16.3%	-21.9%
コマース関連事業	1,655	1,938	2,085	2,640	1,811	1,649	1,620	1,686
前年比	5.4%	17.1%	7.6%	26.6%	-31.4%	-9.0%	-1.7%	4.0%
海外事業	-	-	-	-	-	141	495	517
前年比	-	-	-	-	-	-	250.4%	4.4%
その他	386	291	312	253	366	359	396	971
前年比	70.1%	-24.6%	7.1%	-18.8%	44.6%	-1.9%	10.3%	145.2%
売上高合計	**8,551**	**10,308**	**11,225**	**11,813**	**10,088**	**8,890**	**8,155**	**7,582**
前年比	23.2%	20.6%	8.9%	5.2%	-14.6%	-11.9%	-8.3%	-7.0%
売上原価	3,460	3,638	3,644	4,014	3,228	2,771	2,760	3,033
売上総利益	**5,091**	**6,671**	**7,580**	**7,800**	**6,861**	**6,118**	**5,396**	**4,549**
前年比	34.5%	31.0%	13.6%	2.9%	-12.0%	-10.8%	-11.8%	-15.7%
売上総利益率	59.5%	64.7%	67.5%	66.0%	68.0%	68.8%	66.2%	60.0%
返品調整引当金繰入額	-	-	-	-	32	-	17	66
返品調整引当金戻入額	-	-	-	-	14	10	-	17
差引売上総利益	5,091	6,671	7,580	7,800	6,843	6,129	5,379	4,499
販売費及び一般管理費	3,220	3,961	4,565	4,726	4,259	4,706	4,656	3,983
売上高販管費比率	37.7%	38.4%	40.7%	40.0%	42.2%	52.9%	57.1%	52.5%
営業利益								
コンテンツ事業	2,370	3,152	3,526	3,786	3,234	2,536	1,948	1,637
前年比	27.2%	33.0%	11.9%	7.4%	-14.6%	-21.6%	-23.2%	-16.0%
コマース関連事業	-4	129	187	93	-85	-71	-164	-194
海外事業	-	-	-	-	-	-1	-78	-83
その他	-7	59	-1	42	128	-285	-380	-158
営業利益合計	**1,871**	**2,709**	**3,016**	**3,073**	**2,584**	**1,423**	**722**	**517**
前年比	49.5%	44.8%	11.3%	1.9%	-15.9%	-44.9%	-49.2%	-28.4%
営業利益率	21.9%	26.3%	26.9%	26.0%	25.6%	16.0%	8.9%	6.8%
営業外収益	16	20	40	19	18	239	69	225
営業外費用	5	33	15	3	7	7	39	13
経常利益	**1,883**	**2,696**	**3,041**	**3,090**	**2,594**	**1,655**	**752**	**729**
前年比	50.3%	43.2%	12.8%	1.6%	-16.0%	-36.2%	-54.5%	-3.2%
経常利益率	22.0%	26.2%	27.1%	26.2%	25.7%	18.6%	9.2%	9.6%
特別利益	30	10	2	7	56	0	13	5
特別損失	53	6	322	233	98	296	44	389
法人税等	837	1,111	1,177	1,233	970	428	329	143
税率	45.0%	41.2%	43.2%	43.1%	38.0%	31.5%	45.6%	41.4%
少数株主利益	-6	7	12	4	3	14	17	-40
当期純利益	**1,028**	**1,581**	**1,532**	**1,626**	**1,579**	**917**	**376**	**242**
前年比	54.6%	53.8%	-3.1%	6.1%	-2.9%	-41.9%	-59.0%	-35.5%
利益率	12.0%	15.3%	13.7%	13.8%	15.7%	10.3%	4.6%	3.2%

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**組織変更に伴い、従来の報告セグメントでは「コンテンツ事業」に含められていた一部コンテンツ等を「その他」に含めるよう変更している。
***2013年4月期連結会計年度のセグメント情報は、集計方法変更後の報告セグメントの区分に基づき作成したものである。

貸借対照表

貸借対照表（百万円）	08年4月期 連結	09年4月期 連結	10年4月期 連結	11年4月期 連結	12年4月期 連結	13年4月期 連結	14年4月期 連結	15年4月期 連結
資産								
現金・預金	1,978	2,939	3,278	4,084	4,296	4,189	4,577	5,234
有価証券	1,503	1,405	503	603	504	504	504	504
売掛金	1,956	2,262	1,918	2,413	2,092	1,697	1,560	1,183
貸倒引当金	-23	-33	-31	-36	-30	-15	-13	-7
たな卸資産	22	12	17	46	27	68	93	138
繰延税金資産	60	98	141	100	132	80	77	79
その他	47	37	54	55	78	202	81	146
流動資産合計	**5,544**	**6,721**	**5,880**	**7,264**	**7,098**	**6,724**	**6,879**	**7,277**
建物	68	57	95	82	66	59	41	26
機器	47	29	48	55	109	79	89	63
有形固定資産合計	**116**	**86**	**144**	**137**	**175**	**137**	**129**	**89**
投資有価証券	367	605	697	629	608	500	493	646
繰延税金資産	120	143	133	189	194	226	209	300
その他	156	145	222	224	250	124	149	138
投資その他の資産合計	**633**	**893**	**1,052**	**1,042**	**1,053**	**850**	**864**	**1,088**
ソフトウエア	153	212	212	244	468	369	193	98
のれん	241	227	214	49	586	1,992	1,943	1,576
その他	19	10	42	38	38	53	48	39
無形固定資産合計	**413**	**449**	**468**	**331**	**1,092**	**2,415**	**2,185**	**1,714**
固定資産合計	**1,161**	**1,428**	**1,664**	**1,510**	**2,320**	**3,402**	**3,178**	**2,891**
資産合計	**6,705**	**8,148**	**7,544**	**8,774**	**9,417**	**10,126**	**10,057**	**10,169**
負債								
買掛金	535	540	480	487	332	304	377	349
未払金	439	391	346	537	485	454	292	333
未払賞与	-	-	-	51	-	-	-	-
短期有利子負債	-	-	-	-	32	191	184	194
未払法人税等	553	775	635	646	349	0	132	179
その他	199	163	276	126	122	135	197	283
流動負債合計	**1,726**	**1,870**	**1,738**	**1,846**	**1,320**	**1,085**	**1,182**	**1,337**
長期有利子負債	-	-	-	-	63	631	484	341
その他	-	2	-	-	1	1	1	0
固定負債合計	**0**	**2**	**0**	**0**	**64**	**632**	**485**	**341**
有利子負債（短期及び長期）	**-**	**-**	**-**	**-**	**95**	**821**	**668**	**535**
負債合計	**1,726**	**1,872**	**1,738**	**1,846**	**1,384**	**1,716**	**1,667**	**1,678**
純資産								
資本金	1,421	1,439	1,446	1,452	1,458	1,464	1,476	1,476
資本剰余金	1,347	1,364	1,371	1,378	1,384	1,390	1,402	1,402
利益剰余金	2,182	3,435	4,436	5,543	6,600	6,953	6,799	6,761
自己株式	-	-	-1,496	-1,496	-1,496	-1,419	-1,419	-1,419
その他の包括利益累計額合計	-	1	0	-2	0	-41	53	231
新株予約権	-	-	-	-	38	-	-	-
少数株主持分	30	37	49	52	48	63	79	39
純資産合計	**4,980**	**6,276**	**5,806**	**6,928**	**8,033**	**8,410**	**8,390**	**8,491**
運転資金	1,443	1,734	1,454	1,971	1,786	1,460	1,276	973
有利子負債合計	0	0	0	0	95	821	668	535
ネット・デット	-1,978	-2,939	-3,278	-4,084	-4,202	-3,368	-3,909	-4,699

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

キャッシュフロー計算書（百万円）	08年4月期 連結	09年4月期 連結	10年4月期 連結	11年4月期 連結	12年4月期 連結	13年4月期 連結	14年4月期 連結	15年4月期 連結
営業活動によるキャッシュフロー (1)	1,244	1,671	2,084	1,725	1,637	1,475	1,313	1,124
投資活動によるキャッシュフロー(2)	-651	-214	-329	-411	-841	-2,126	-272	-88
FCF (1+2)	**593**	**1457**	**1755**	**1314**	**797**	**-651**	**1041**	**1036**
財務活動によるキャッシュフロー	-154	-294	-2,018	-508	-584	213	-660	-416
減価償却費及びのれん償却費 (A)	283	248	244	455	325	575	566	461
設備投資 (B)	-176	-265	-303	-384	-627	-429	-202	-96
運転資金増減 (C)	398	291	-280	517	-185	-326	-184	-304
単純FCF (NI+A+B-C)	**737**	**1,272**	**1,754**	**1,180**	**1,464**	**1,388**	**924**	**911**

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

ニュース＆トピックス

2015年5月11日、同社は、同社が保有する未公開株式が東京証券取引所「マザーズ」市場に上場し、当該株式を売却したことにより、投資有価証券売却益が発生したことを発表した。

当該投資有価証券売却に関する内容は以下の通りである。

▶ 売却株式：株式会社ジグソー（銘柄コード 3914）

▶ 売却株式数：25,000 株

▶ 売却益の発生年月日：2015年４月30 日～2015年５月11 日

▶ 投資有価証券売却益：154 百万円

同社では、当該投資有価証券売却益は、発生年月日の属する2016年4月期第１四半期において、ほぼその全額を営業外収益として計上するとしている。また、2016 年４月期業績予想については、本件が与える影響は軽微であるが、他の要因を含め現在精査中であり、確定次第、速やかに発表するとしている。

2015年5月1日、同社は、連結子会社の異動（株式譲渡）に関して発表した。

同社は、2015年５月１日開催の取締役会において、同社連結子会社（持株比率68.9%）である株式会社ビーバイイーの保有株式をすべて小原澤 恵美氏（現、株式会社ビーバイイー代表取締役）に譲渡することを決議した。なお、今回の株式譲渡により、株式会社ビーバイイーは当社の連結子会社から除外されることになる。

株式譲渡の概要

▶ 取締役会決議日、および契約締結日：2015年５月１日

▶ 株式譲渡実行日（予定）：2015年５月8日

▶ 譲渡価格：68,913千円

同社によれば、本株式譲渡に伴う税効果により、2015年４月期の当期純利益が増加する見込みであるが、2015年４月期業績予想については他の要因を含め現在精査中であり、確定次第、速やかに発表するとしている。また、2016年４月期第1 四半期において関係会社株式売却損益が発生する見込みであるが、金額については現在精査中であり確定次第発表するとしている。

2015年3月13日、同社は通期業績予想、及び配当予想の修正を発表した。

（通期業績・配当予想の修正へのリンクはこちら）

その他情報

沿革

- **2000年：**サイバービズ（株）（現 （株）ザッパラス）を設立。モバイルコンテンツの企画制作・開発・運営の受託を通して、BtoCのeコマースをスタート。iモード公式コンテンツ「待受ギャラリー」の配信を開始、デジタルコンテンツ事業をスタート。
- **2001年：**（株）ザッパラスに社名変更。
- **2004年：**占いコンテンツサイトをスタート、PCユーザー向けにデジタルコンテンツの提供開始。
- 2005年：東京証券取引所マザーズへ上場。iモード初の無料占いポータルサイト「i 無料★占い」の配信を開始。EZweb初の完全無料占いポータルサイト「完全オタメシ占い★2006」の配信を開始。携帯電話等の販売事業を行う（株）ジープラスを連結子会社化。
- **2006年：**（株）JR東日本企画、（株）コネクトテクノロジーズと業務提携、「Suica.jp（スイカ・ジェイピー）」サービスの提供開始。携帯電話向けコンテンツの企画・開発・制作を行う（株）アレス・アンド・マーキュリーを子会社化（現、持分48.6%の持分法適用会社）、モバイル事業の新規ビジネス領域開拓を目的としてトランスコスモス（株）と資本・業務提携。
- **2007年：**ヤフー（株）との協業により、モバイル版Yahoo！占いを同社にて運用開始。
- **2008年：**総合ショッピングサイト「ポケットマーケット」をオープン。
- **2009年：**東京証券取引所市場第一部へ市場変更、トランスコスモス（株）、（株）アレス・アンド・マーキュリーと共同でiPhone向け占いアプリ『今日の星占い』の提供開始。東日本旅客鉄道（株）、ヤフー（株）、（株）JR東日本企画とともに、Suica専用モバイルサイト「Y! Suica」の提供開始。iPhone およびAndroid向け占いアプリ『タロット占い』を提供開始。
- **2010年：**iモード向け「ドコモマーケット」に占いアプリを提供開始。スマートフォン向け本格タロット占いコンテンツ『タロット占いPremium』の英語・中国語版を「App Store」を通じて全世界へ提供開始。
- **2011年：**ザッパラスの人気の占いを集めたPC 向け占いポータルサイト「cocoloni 本格占い館」を提供開始。オーガニックコスメ企画・開発・販売の（株）ビーバイイーを子会社化。
- **2012年：**楽天（株）よりプロフィールサイトの「前略プロフィール」を譲受。経営資源の見直しを行い子会社の（株）ジープラスの全事業を営業譲渡。海外子会社 Zappallas,Inc.(U.S.)を設立、米国 NameMedia,Inc.より占いコンテンツ事業 Daily Insight Groupを譲受。
- **2013年：**占星術研究家「鏡リュウジ氏」監修の英語による占いメニューを新たに配信開始。米国子会社、Zappallas, Inc.傘下のDaily Insight Group(DIG)が運営する「Tarot.com」の日本語版サイトをオープン。旅行事業を行う株式会社PINKを連結子会社化。

出所：会社資料などをもとにSR社作成

大株主

大株主上位10名	所有株式数の割合
川嶋真理	21.33%
ビービーエイチ フィデリティピューリタン フィデリティシリーズ イントリンシック オポチュニティズ ファンド	8.06%
合同会社クリムゾングループ	4.89%
株式会社SBI証券	2.49%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	1.58%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1.28%
バンク オブ ニューヨーク ジーシーエム クライアント アカウント ジェイピーアールデイ アイエスジー エフアイー エイシー	0.94%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口1）	0.91%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口5）	0.85%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口6）	0.85%

出所：会社データよりSR社作成
2015年4月時点

トップマネジメント

代表取締役会長兼社長である玉置真理氏（1969年生まれ）は、1989年（株）ダイヤル・キュー・ネットワークを設立する（代表取締役）。その後、1994年ファミリービズ（株）（代表取締役）の設立を経て、インターキュー（株）（現GMOインターネット（株））に入社（取締役）。2000年にサイバービズ（株）（現同社）を設立する（代表取締役会長）。2007年に相談役として退くが、2011年に代表取締役会長兼社長に再就任する。

株主還元

個別当期純利益の30%を配当性向の目途として、期末配当を行っている。ただし、2015年4月期の当期純利益は赤字の計画であることから、期末配当に関しては未定としている。

企業概要

企業正式名称	本社所在地
株式会社ザッパラス	150-0002 東京都渋谷区渋谷2-12-19 東建インターナショナルビル
代表電話番号	**上場市場**
03-6434-1036	東証1部
設立年月日	**上場年月日**
2000年3月27日	2005年5月27日
HP	**決算月**
http://www.zappallas.com/	4月
IRコンタクト	**IRページ**
	http://www.zappallas.com/index.php?action=index&module=irweb
IRメール	**IR電話**

株式会社シェアードリサーチについて

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。SR社の現在のレポートカバレッジは以下の通りです。

株式会社アイスタイル
あい ホールディングス株式会社
株式会社アクセル
アクリーティブ株式会社
アズビル株式会社
アズワン株式会社
アニコムホールディングス株式会社
株式会社アパマンショップホールディングス
アンジェスMG株式会社
アンリツ株式会社
アートスパークホールディングス株式会社
株式会社イエローハット
イオンディライト株式会社
株式会社伊藤園
伊藤忠エネクス株式会社
株式会社インテリジェント ウェイブ
株式会社インフォマート
株式会社イード
株式会社Aiming
株式会社エス・エム・エス
SBSホールディングス株式会社
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社
エレコム株式会社
エン・ジャパン株式会社
株式会社オンワードホールディングス
亀田製菓株式会社
株式会社ガリバーインターナショナル
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
KLab株式会社
株式会社クリーク・アンド・リバー社
グランディハウス株式会社
ケネディクス株式会社
株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス
株式会社ココカラファイン
コムシスホールディングス株式会社
サトーホールディングス株式会社
株式会社サニックス
株式会社サンリオ
株式会社ザッパラス
シップヘルスケアホールディングス株式会社
シンバイオ製薬株式会社
株式会社ジェイアイエヌ
Jトラスト株式会社
株式会社じげん
ジャパンベストレスキューシステム株式会社
GCAサヴィアン株式会社
スター・マイカ株式会社
株式会社スリー・ディー・マトリックス
ソースネクスト株式会社
株式会社髙島屋
タキヒヨー株式会社
株式会社多摩川ホールディングス
株式会社ダイセキ
株式会社チヨダ
株式会社ティア
DIC株式会社
株式会社デジタルガレージ
株式会社TOKAIホールディングス
株式会社ドリームインキュベータ
株式会社ドンキホーテホールディングス
内外トランスライン株式会社
長瀬産業株式会社
ナノキャリア株式会社
日進工具株式会社
日清紡ホールディングス株式会社
日本エマージェンシーアシスタンス株式会社
日本駐車場開発株式会社
株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
伯東株式会社
株式会社ハーツユナイテッドグループ
株式会社ハピネット
ピジョン株式会社
フィールズ株式会社
株式会社フェローテック
フリービット株式会社
株式会社ベネフィット・ワン
株式会社ベリテ
株式会社ベルパーク
株式会社VOYAGE GROUP
松井証券株式会社
株式会社マックハウス
株式会社マネースクウェアHD
株式会社 三城ホールディングス
株式会社ミライト・ホールディングス
株式会社メディネット
株式会社夢真ホールディングス
株式会社ラウンドワン
株式会社ラック
リゾートトラスト株式会社
株式会社良品計画
レーザーテック株式会社
株式会社ワイヤレスゲート

※投資運用先銘柄に関するレポートをご所望の場合は、弊社にレポート作成を受託するよう各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものでもありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。
本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。
SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与えうる利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ／Shared Research.inc
東京都文京区千駄木3-31-12
http://www.sharedresearch.jp
TEL：(03)5834-8787
Email: info@sharedresearch.jp